

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan dalam skripsi ini berupa deskripsi mengenai mekanisme jual beli melalui internet, pembahasan tentang pemenuhan hak-hak konsumen oleh penjual serta hambatan-hambatan pelaksanaan pemenuhan hak-hak konsumen dalam transaksi jual beli melalui internet.

A. Gambaran Umum

1. Profil Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di beberapa tempat di daerah Yogyakarta, antara lain di Toko Buku *Social Agency*, *Kost-net*, dan toko *online* *Sista Smartzoper*. Ketiga tempat ini merupakan toko yang menjalankan usahanya, baik secara langsung maupun melalui media *online*. Berikut merupakan gambaran umum mengenai lokasi penelitian:

a. Toko Buku *Social Agency*

Toko Buku *Social Agency* merupakan salah satu toko yang menyediakan kebutuhan buku bagi masyarakat, baik masyarakat lokal di Yogyakarta maupun di luar daerah. *Social Agency* di sini menawarkan varian buku yang lengkap dari berbagai penulis dan bidang ilmu, baik ilmu pendidikan, hukum, ekonomi, dan sebagainya. Di Yogyakarta sendiri, toko ini tidak hanya terletak di Jalan Godean Km.3 No.2, akan tetapi memiliki beberapa cabang, antara lain terletak di Jl. Affandi 43 Mrican, Jl. Prof. Dr.

Ir. Herman Yohannes 1170, Jl. Laksda Adisucipto 22 Ambarukmo, serta di Jl. Kaliurang Km. 8,5.

Seiring dengan kemajuan teknologi yang semakin pesat, *Social Agency* kemudian mengembangkan usahanya agar lebih maju, tidak hanya melakukan bisnis secara *offline*, akan tetapi juga ditambah dengan mengakomodir kecanggihan media *online*. Dengan media *online* inilah *Social Agency* dapat menjangkau pasar jauh lebih luas, tidak hanya di Yogyakarta saja, akan tetapi juga di lingkup nasional dengan mengakses melalui website *www.socialagencybaru.com*. Dengan mengakses situs ini, pembeli tidak perlu datang langsung ke toko, cukup membeli buku tersebut melalui media *online*.

b. Kost-net

Kost-net merupakan toko yang menyediakan berbagai perangkat jaringan baik kabel maupun nirkabel dari berbagai *vendor* yang terletak di Jl. Ambarasri, Gowok, Yogyakarta. Beberapa produk yang disediakan antara lain *Mikrotik Indoor*, Modem ADSL, *Wireless Adapter*, dan sebagainya. Selain menjual perangkat *wireless*, kost-net juga melayani jasa pemasangan instalasi jaringan *wireless*. Pembelian barang di Kost-net dapat dilakukan secara *online*, yakni dengan mengakses situs *www.kost-net.com*.

Kost-net ini dijalankan dan dimiliki oleh dua *owner* yakni Miswar Rofik dan Wartoyo dengan beberapa pegawai, baik yang

bertugas mengepak barang maupun sebagai kurir pengirim barang.

c. Sista Smartzoper

Sista Smartzoper merupakan salah satu jenis usaha yang transaksi bisnisnya dilakukan dengan menggunakan transaksi *online*, baik melalui jejaring sosial media *facebook* milik Sista Dwi Riana sebagai *owner* dari usaha tersebut. Alamat *online shop* tersebut dapat diakses melalui situs www.facebook/sistadwiriana maupun dengan *group blackberry massanger* yang dimiliki oleh Sista Smartzoper.

Sista Smartzoper merupakan salah satu toko *online* yang menjual produk *fashion*, diantaranya pakaian, *dress*, tas, sepatu, dan sebagainya. Untuk memperkenalkan produk kepada konsumen, Sista Smartzoper memasang *display* barang dagangannya di jejaring *facebook* maupun *picture group blackberry massanger*. Semua orang bebas untuk menjadi member dan melakukan pembelian di sista smartzoper.

2. Mekanisme Jual Beli Melalui Internet

Transaksi jual beli *e-commerce* merupakan suatu perjanjian jual beli sama dengan jual beli konvensional yang biasa dilakukan masyarakat. Hanya saja terletak perbedaan pada media yang digunakan. Pada transaksi *e-commerce* yang dipergunakan adalah media elektronik yaitu internet sehingga kesepakatan ataupun perjanjian yang tercipta adalah melalui

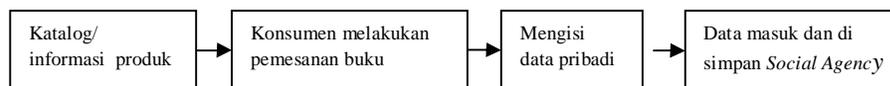
online. Berikut merupakan gambaran mekanisme transaksi jual beli di *socialagencybaru.com*, *kost-net.com*, dan *www.facebook/sistadwiriana*:

a. Mekanisme transaksi jual beli di *socialagencybaru.com*

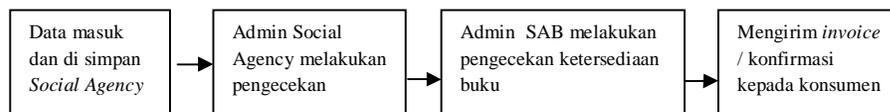
Berikut ini merupakan gambaran proses pembelian buku di Social Agency (*www.socialagency.com*) :

Bagan 2. Proses pembelian buku di *socialagencybaru.com*

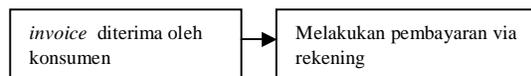
Proses 1 Penawaran - Pemesanan



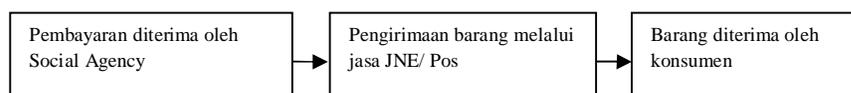
Proses 2 Penerimaan



Proses 3 Pembayaran



Proses 4 Pengiriman



Sumber: Hasil wawancara dengan *staf online*

1) Penawaran

Berdasarkan dari hasil wawancara dengan admin Social Agency Baru (SAB), *Social Agency* memanfaatkan *website* untuk menjajakan produk dan jasa pelayanan lainnya yang dapat diakses melalui situs *www.socialagencybaru.com*. Dalam hal ini penjual menyediakan semacam *storefront* yang berisikan katalog produk yang berisi informasi mengenai buku maupun harga barang tersebut. Dengan penawaran ini tentu memudahkan konsumen untuk berbelanja barang yang diinginkan tanpa harus datang langsung ke tempat si penjual.

2) Penerimaan

Setelah proses penawaran tersebut, kemudian konsumen dapat masuk pada tahap pembelian barang dengan cara klik beli pada katalog yang telah disediakan, selanjutnya mengirimkan data pribadi serta alamat *e-mail*. Setelah data pribadi tersebut masuk ke penjual, alamat *e-mail* disini akan digunakan penjual untuk mengirimkan *invoice* balik kepada konsumen. *Invoice* ini berisi tentang nomor *invoice*, jumlah barang yang dibeli serta harga barang yang konsumen beli. Dengan kata lain, penerimaan *invoice* ini digunakan untuk menyatakan kesepakatan atas pemesanan barang yang konsumen lakukan. Nomor *invoice* di sini, nantinya juga akan digunakan dalam hal konfirmasi pembayaran. Tidak hanya

menggunakan *e-mail* saja, tetapi media *short messages service* (sms) juga digunakan penjual untuk mengirimkan *invoice* balik kepada konsumen.

3) Pembayaran

Berdasarkan hasil wawancara dengan bendahara Social Agency Baru, bentuk pembayaran yang digunakan di *socialagencybaru.com* pada umumnya menggunakan mekanisme transaksi melalui Anjungan Tunai Mandiri (ATM). Konsumen dapat membayar harga buku yang mereka beli dengan mentransfer uang ke rekening penjual sesuai dengan kesepakatan harga. Dalam hal ini penjual menggunakan institusi *financial* Bank BCA dan Mandiri.

4) Pengiriman

Pengiriman buku dapat dilakukan dengan cara dikirim sendiri atau menggunakan jasa pengiriman barang JNE dan Pos Indonesia. Untuk pengiriman sendiri biasanya dilakukan jika konsumen masih berada dalam satu wilayah yang masih dapat dijangkau oleh penjual, dengan kata lain, pembayaran dilakukan setelah barang diantar langsung (*cash on delivery*).

b. Mekanisme transaksi jual beli di Kost-net

1) Penawaran

Tidak jauh berbeda dengan *socialagencybaru.com*, Kost-net juga melakukan penawaran produk melalui media internet

yang beralamatkan di *www.kost-net.com*. Penawaran tersebut dilakukan dengan menyediakan katalog yang berisi informasi mengenai spesifikasi barang, *vendor*, dan harga barang tersebut

2) Penerimaan

Penerimaan pesanan dapat dilakukan melalui menu *comment* yang telah tersedia di *website* maupun dapat dilakukan melalui *e-mail*, *yahoo messenger*, telepon, maupun *short messages service* yang termuat pada *website* Kost-net tersebut dengan mencantumkan barang yang dibeli sesuai dengan spesifikasi serta alamat rumah/ kantor konsumen tersebut. Kemudian pihak Kost-net melakukan pengecekan ketersediaan barang serta memberikan konfirmasi balik kepada konsumen yang melakukan pemesanan tersebut.

3) Pembayaran

Pembayaran tersebut dapat dilakukan melalui institusi financial BNI dan Mandiri sesuai dengan nomer rekening yang tercantum pada *website kos-net.com*.

4) Pengiriman

Setelah proses pembayaran dilakukan dan diterima oleh pihak Kost-net, maka akan dilakukan pengiriman kepada konsumen sesuai dengan alamat yang diberikan dengan melalui jasa pengiriman barang Herona Express dan JNE.

c. Mekanisme transaksi jual beli di Sista Smartzoper

1) Penawaran

Sista Smartzoper melakukan penawaran dengan meng-*upload* gambar-gambar barang serta spesifikasi barang beserta harga barang yang dijual pada album di jejaring sosial *facebook* dengan alamat *www.facebook/sistadwiriana*.

Selain penawaran tersebut dilakukan melalui media jejaring *facebook*, penawaran tersebut dilakukan dengan *group blackberry massanger*.

2) Penerimaan

Penerimaan pesanan di Sista Smartzoper dapat dilakukan dengan menuliskan *comment* di laman *facebook*, *e-mail*, maupun melalui sms serta *blackberry massanger* terkait dengan barang yang akan konsumen beli. Setelah konsumen melakukan pemesanan produk, pihak Sista Smartzoper akan melakukan pengecekan serta memberikan konfirmasi barang tersebut sudah tersedia dan siap dikirim sesuai dengan alamat yang konsumen berikan setelah konsumen melakukan pembayaran.

3) Pembayaran

Pembayaran tersebut dapat dilakukan dengan cara mentransfer uang ke rekening BCA Sista Smartzoper sesuai dengan harga dan biaya pengiriman barang tersebut.

4) Pengiriman

Pengiriman barang biasa dilakukan melalui layanan pengiriman barang JNE dan Pos Indonesia. Pengiriman ini akan ditujukan kepada konsumen sesuai dengan alamat yang konsumen berikan.

Jika di lihat dari mekanisme transaksi jual beli disini, antara ketiga pelaku usaha/ penjual memiliki kesamaan. Persamaan dari ketiganya yakni dalam proses transaksi jual beli terdiri dari penawaran, penerimaan, pembayaran, serta pengiriman. Meskipun dalam mekanisme transaksi jual beli tersebut sama, akan tetapi dalam hal media yang digunakan untuk promosi tersebut ada yang berbeda, ada yang menggunakan *website* sebagai media promosi (Social Agency Baru dan Kost-net) sedangkan Sista Smartzoper menggunakan media jejaring sosial *facebook* untuk menawarkan barang-barang yang dijual kepada konsumen.

Mekanisme transaksi jual beli melalui internet sebagaimana disebutkan di atas ini tentu memberikan banyak kemudahan bagi konsumen. Selain konsumen tidak perlu datang langsung ke tempat penjual, dari sisi bisnis sendiri, penawaran yang dilakukan tersebut dapat memperluas pasar. Dengan kebebasan akses bagi semua orang, tidak hanya lingkup *domestik* saja, akan tetapi lingkup nasionalpun dapat dijangkau oleh para pelaku

usaha. Dengan kehadiran *e-commerce* ini. Semua orang dapat melakukan *window shopping* di toko-toko *online* ini dengan mengakses situs-situs toko *online* tersebut di atas.

B. Pemenuhan Hak-Hak Konsumen Oleh Pelaku Usaha Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Internet

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam konsumsi barang dan/atau jasa.

Dalam melakukan transaksi jual beli, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang/atau jasa merupakan hal yang penting, terlebih lagi dalam transaksi jual beli melalui internet. Kenyamanan pembeli dapat diperoleh dengan kepraktisan dalam melakukan transaksi. Pembeli cukup mengakses situs-situs toko *online* untuk mendapatkan barang yang mereka inginkan.

Pemenuhan hak konsumen merupakan hal yang penting bagi pelaku usaha dalam melakukan transaksi jual beli, terlebih pada transaksi jual beli melalui internet. Agar hak-hak konsumen di sini dapat terpenuhi pelaksanaan dalam transaksi tersebut harus dilakukan secara baik dan bertanggung jawab.

Berikut merupakan gambaran tentang pelaksanaan atau upaya-upaya pemenuhan hak konsumen agar kenyamanan, keamanan, keselamatan barang dapat dirasakan oleh konsumen baik di *socialagencybaru.com*, *kost-net.com*, serta *sista smartzoper* agar kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen antara lain:

- a. Pelaksanaan pemenuhan hak konsumen untuk menjamin kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam hal pembayaran.

Terkait dengan keamanan proses pembayaran pihak *Social Agency* memberikam pilihan cara pembayaran melalui transfer ke nomor rekening yang sudah tertera pada *website* resmi yang *social agency* miliki, yakni *socialagencybaru.com*. Pembayaran melalui transfer di *socialagencybaru.com* dijamin keamanannya, karena nomer rekening BCA yang sudah tertera di dalam *website* merupakan nomer rekening resmi milik penjual, bukan merupakan nomer rekening fiktif.

Berdasarkan wawancara dengan admin *online* di *socialagencybaru.com*, sejauh ini belum ada permasalahan terkait dengan kemanan pembayaran melalui transfer. Hal tersebut juga dibenarkan oleh manager *online* yang merangkap sebagai pegawai di bidang keuangan *Social Agency Baru*. Konsumen dalam transaksi jual beli melalui *online* memang diwajibkan untuk memberikan informasi yang jelas mengenai identitas dirinya. Dalam hal pembayaran melalui transfer pernah penjual menerima pembayaran dari pembeli dengan nama kepemilikan rekening yang berbeda dengan identitas dari pembeli. Hal tersebut tidak menjadi masalah karena konsumen sendiri telah melakukan konfirmasi pembayaran kepada penjual. Bagian keuangan yang menerima pembayaran hanya perlu melakukan pengecekan penerimaan

pembayaran melalui *E-Banking*, dengan mencocokkan nominal transfer dengan harga buku yang konsumen beli sesuai dengan konfirmasi pembayaran yang diberikan konsumen .

Sama halnya dengan *socialagencybaru.com*, *owner* Kost-net mengungkapkan bahwa kenyamanan dan keamanan dalam hal pembayaran, Kost-net disini menggunakan jasa institusi *finansial* BNI maupun Mandiri. Konsumen dapat dengan mudah mentransfer uang ke rekening penjual sesuai dengan yang diinformasikan pada website yang dimiliki Kost-net. Untuk proses pembayaran yang berdomisili ke di Yogyakarta, kosnet juga melakukan layanan COD atau *cash on delivery* kepada para konsumen.

- b. Pelaksanaan pemenuhan hak konsumen untuk menjamin kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam hal layanan pengiriman barang

Socialagencybaru.com selaku pihak penjual telah memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk melakukan transaksi jual beli buku. Di antaranya dengan penggunaan layanan *cash on delivery* (*COD*). Dengan layanan COD, konsumen *socialagencybaru.com* mendapatkan kenyamanan, keamanan, maupun keselamatan karena pembayaran dan penyerahan buku dilakukan secara langsung ditempat pembeli, meskipun proses kesepakatan tersebut dilakukan secara *online*.

Berdasarkan hasil wawancara dengan tiga orang konsumen *socialagencybaru.com* yang bertempat tinggal di Yogyakarta, konsumen merasa puas akan pelayanan yang diberikan oleh pihak *socialagencybaru.com*. Ketiganya melakukan pemesanan buku melalui situs *www.socialagencybaru.com* dengan memilih cara pembayaran buku dengan menggunakan layanan *cash on delivery*, karena mereka ingin segera mendapatkan buku tersebut secara cepat serta aman dalam hal transaksi penyerahan dan pembayaran buku yang mereka beli. Pengiriman buku tersebut dilakukan hanya dalam waktu sehari sebagaimana tertera dalam informasi yang diberikan oleh penjual dengan biaya sebesar Rp 5000,00 khusus untuk konsumen yang berdomisili di Yogyakarta. Pengiriman buku tersebut dilakukan oleh pegawai/kurir sesuai dengan faktur pembelian yang berisikan alamat konsumen, judul buku yang dibeli beserta dengan harga buku tersebut. Selain menyediakan layanan COD di sini, pihak SAB juga menggunakan jasa ekspedisi Pos, TIKI, dan JNE untuk melakukan pengiriman ke luar daerah Yogyakarta.

Dalam hal pengiriman buku, konsumen pernah mengalami kerugian dikarenakan buku tersebut tertukar dengan konsumen lain. Hal tersebut terjadi ketika proses pengepakan/ pengemasan buku. Pegawai pengepakan buku kurang teliti dalam melihat faktur pembelian barang, sehingga antara buku dan alamat konsumen

tersebut saling bertukar antara konsumen yang berada di Cikarang dengan konsumen yang berada di Jakarta. Hal tersebut dibenarkan oleh pegawai pengemasan barang, bahwa memang pernah mengalami kesalahan dalam proses pengemasan buku. Kejadian seperti itu terjadi baru satu kali. Hal tersebut terjadi karena banyaknya buku yang harus dikirim kepada pelanggan, sehingga dalam proses pengemasan barang menjadikan pegawai kurang teliti.

Permasalahan lain yang muncul juga terkait dengan pemberian informasi estimasi waktu mengenai pengiriman barang. Dalam hal ini, *Social Agency* bekerjasama dengan jasa pengiriman barang JNE dan Pos Indonesia. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak *Social Agency*, perihal keterlambatan barang yang dikirim tersebut merupakan kesalahan dari pihak ketiga yakni jasa layanan pengiriman barang. Untuk permasalahan keterlambatan barang, biasanya pihak *Social Agency* akan segera mengkonfirmasi langsung kepada pihak ketiga (JNE dan Pos) mengenai proses pengiriman barang tersebut apakah sudah dikirim ke pelanggan atau belum.

Berdasarkan hasil wawancara dengan *owner* Kost-net, sama halnya dengan *social agency* baru, dari segi kenyamanan, keamanan, serta keselamatan barang *kost-net.com* juga menggunakan layanan *cash on delivery (COD)* kepada para konsumen serta menggunakan

jasa ekspedisi JNE, Pos, dan Herona. Dengan cash on delivery ini, kenyamanan maupun keamanan barang terjamin, karena barang tersebut diantar langsung kepada konsumen meskipun dalam layanan ini penjual tidak mencantumkan harga pengiriman barang serta lamanya pengiriman barang kepada konsumen sebagaimana yang dilakukan oleh *socialagencybaru.com* dalam informasi yang tertera pada websitenya.

Berdasarkan wawancara dengan KRS (seorang konsumen kosnet) yang berdomisili di Yogyakarta, pernah mengalami kerugian dari adanya keterlambatan pengiriman barang dari kosnet sebagai penjual, padahal konsumen tersebut melakukan kesepakatan pengiriman barang dengan layanan *cash on delivery*. Keterlambatan pengiriman barang tersebut berlangsung selama satu hari. Meskipun hanya satu hari terlambat, konsumen merasa mengalami kerugian dalam hal waktu pemasangan *wireless-router* karena barang yang ia pesan tersebut akan segera dipasang untuk jaringan *hotspot* kampung.

Pengiriman barang dilakukan tentu tidak lepas dengan proses pengemasan/ pengepakan barang. Biasanya Kost-net akan memberikan penawaran kepada pembeli, apakah barang yang dibeli konsumen akan dikemas dengan menggunakan kardus atau menggunakan lapisan kayu yang biaya pengepakan tersebut akan cenderung lebih mahal.

Meskipun pihak Kost-net sudah melakukan langkah preventif agar barang yang dibeli tersebut sampai ke tangan konsumen dengan aman dan selamat dengan memberikan *option* kepada konsumen apakah barang tersebut akan dikemas dengan menggunakan kardus saja atau dilapisi kayu, akan tetapi belum tentu konsumen memilih kayu sebagai lapisan luar pembungkus barang tersebut. Sebagai contoh, pihak kosnet pernah mengalami komplain dari pembeli karena barang yang mereka kirim dalam keadaan komponen elektroniknya ada yang terlepas, padahal pihak kosnet sudah mengecek bahwa barang tersebut dalam kondisi yang baik. Lepasnya komponen elektronik yang dibeli konsumen tersebut disebabkan karena dalam hal pemackingan barang elektronik tersebut konsumen enggan menggunakan lapisan kayu karena biaya pengemasan akan sedikit mahal, sehingga dalam perjalanan pengiriman barang kemungkinan barang tersebut jatuh/ terkena goncangan.

Dengan memperhatikan contoh tersebut dapat diketahui bahwa sebenarnya lepasnya komponen tersebut bukan sepenuhnya kesalahan dari pihak penjual karena pihak penjual tersebut sudah memberi pilihan kepada konsumen untuk memilih media untuk mengemas barang tersebut seperti apa.

Berbeda dengan kedua toko online di atas, pihak Sista Smartshop tidak menggunakan layanan *cash on delivery*

sebagaimana yang dilakukan oleh Social Agency serta Kost-net. Untuk kenyamanan, keselamatan serta keamanan barang tersebut, penjual melakukan pengiriman dengan menggunakan jasa ekspedisi Pos serta JNE kepada pelanggan, baik yang berdomisili di Yogyakarta maupun luar daerah.

Pemberian informasi terkait estimasi waktu pengiriman barang tersebut merupakan hal yang penting. Pernah di Sista Smartzoper, konsumen mengeluhkan bahwa barang yang dia pesan belum sampai. hal tersebut dikarenakan pihak ketiga atau ekspedisi tersebut mengalami keterlambatan pengiriman barang. Sebagai bentuk pertanggungjawaban atas keterlambatan tersebut, biasanya pihak Sista Smartzoper mengkonfirmasi pihak ekspedisi mengenai lamanya waktu pengiriman barang. Selain itu pihak sista Smartzoper juga mengirimkan nomer resi kepada konsumen, agar mereka dapat mengecek sendiri keberadaan barang yang mereka beli pada jasa ekspedisi, baik JNE maupun Pos Indonesia.

c. Kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam hal mutu barang

Mutu barang merupakan hal utama yang perlu diperhatikan oleh penjual. Penawaran produk dengan mutu yang baik merupakan salah satu cara untuk menarik perhatian konsumen agar mereka tertarik untuk membeli produk tersebut. Di *socialagencybaru.com*, memberikan jaminan kepada konsumen bahwa buku yang mereka jual merupakan buku yang berkualitas

baik, terbukti bahwa buku-buku tersebut masih bersegel. Hal tersebut ditegaskan oleh tiga konsumen *online socialagencybaru.com* bahwa buku yang mereka terima dalam keadaan baik dan bersegel.

Untuk mutu barang di Kost-net, penjual juga memberikan jaminan bahwa barang yang mereka jual merupakan barang yang berkualitas baik sebagaimana tercantum pada *website* Kost-net bahwa barang-barang tersebut diproduksi oleh *vendor-vendor* ternama dengan kualitas yang baik. Selain itu Kost-net juga memberikan jaminan garansi atau perbaikan kepada konsumen.

Sedangkan toko online Sista Smartzoper, dalam hal pemberian jaminan mutu barang tidak dijelaskan secara jelas. Hal tersebut disebabkan karena dalam pemberian informasi di *facebook*-nya kurang memberikan penjelasan secara detail mengenai barang yang dijual. Hal tersebut dapat dilihat di situs *facebook* milik Sista Smartzoper.

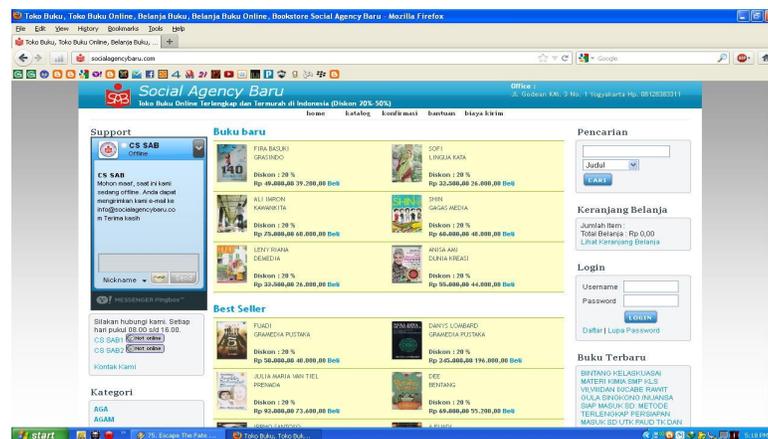
2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.

Dalam transaksi jual beli melalui internet, konsumen melakukan pemilihan barang dengan mengakses *website* yang disediakan oleh pihak penjual. Konsumen dapat memilih barang dengan melihat katalog yang telah tersedia.

a. Social Agency

Dalam *website socialagencybaru.com*, penjual menyediakan website yang berisikan informasi judul buku serta informasi mengenai harga/ nilai tukar buku tersebut. Berikut merupakan katalog buku yang disediakan *socialagencybaru.com*:

Gambar 1. Katalog *socialagencybaru.com*



Sumber: *socialagencybaru.com*

Dari katalog tersebut, para konsumen, baik *member* maupun *non member* dapat bebas untuk memilih buku yang tersedia di *socialagencybaru.com*.

b. Kost-net

Sama halnya dengan *socialagencybaru.com*, *kost-net* melakukan penawaran barang melalui media internet. Konsumen di *kosnet* bebas memilih barang yang mereka beli dengan melihat katalog produk. Harga maupun spesifikasi produk juga sudah tertera pada katalog tersebut. Berikut merupakan gambaran penawaran barang di *kost-net.com*:

Gambar 2. Katalog di *kost-net.com*

Sumber: *www.kost-net.com*

c. Sista Smartzoper

Untuk toko online Sista Smartzoper, pemilihan barang sedikit berbeda dengan *socialagencybaru.com* dan *kost-net.com* karena pemilihan barang tersebut dapat dilakukan oleh konsumen melalui jejaring sosial *facebook*. Konsumen bebas memilih barang yang mereka suka dengan menjadi member di Sista Smartzoper.

Terkait dengan penerimaan barang kepada konsumen, berdasarkan wawancara dengan saudari Sista (*owner* Sista Smartzoper), pernah ada konsumen yang membeli baju pada toko *online*-nya mengalami kerugian. Kerugian barang tersebut disebabkan karena baju yang konsumen terima tidak utuh berupa ketidakutuhan pada kancing, yakni kancing baju tersebut kurang dua buah. Tentu konsekuensi ganti rugi atas ketidakutuhan baju tersebut ditanggung oleh pelaku usaha yakni dengan memperbaiki baju tersebut atau mengganti dengan baju yang

lebih sempurna kepada konsumen. Tidak sebatas penggantian barang saja, tetapi ongkos kirim juga ditanggung oleh pelaku usaha.

Dari penjelasan diatas dapat dijelaskan bahwa kerugian yang diperoleh konsumen Smartzoper, dapat teratasi secara baik oleh pihak Sista meskipun pihak pelaku usaha disini menanggung beban biaya pengiriman ulang kepada konsumen

Selain itu, berdasarkan wawancara dengan lima responden Sista Smartzoper sebenarnya relatif memuaskan. Hanya saja kejelasan mengenai informasi produk terkadang kurang jelas. Sebagai contoh, berdasarkan hasil wawancara dengan seorang konsumen sista smartzoper, konsumen merasa kecewa karena barang yang diterimanya (busana wanita) tidak sesuai dengan gambar. Pada gambar tersebut dress memiliki panjang dibawah lutut sesuai dengan yang diperagakan oleh model difoto, ternyata setelah konsumen terima dan konsumen pakai, busana tersebut memiliki panjang diatas lutut.

Selain itu dalam gambar-gambar busana yang termuat di Sista Smartzoper terdapat informasi yang kurang mengenai kondisi barang dan harga misalnya pada informasi, busana tersebut tidak dicantumkan berapa ukuran panjang *dress* tersebut, sehingga konsumen berasumsi bahwa panjang busana tersebut miliki panjang selutut. Oleh karena itu sebagai pihak penjual tentu pihak Sista Smartzoper disini harus lebih jeli dan teliti terkait pemberian informasi ke pelanggan. Sebaliknya konsumen juga harus aktif untuk mencari tahu spesifikasi barang yang

akan mereka beli, sehingga tidak mengalami kerugian seperti contoh kasus diatas.

3. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa

Sebagai pelaku usaha sudah seharusnya bertindak benar, jelas dan jujur dalam hal penginformasian kondisi serta jaminan barang kepada pembeli. Misalnya saja mengenai informasi kondisi barang, apakah barang tersebut asli (*original*) atau barang tersebut hanya sekedar barang tiruan. Barang tiruan yang dimaksud dapat diartikan bahwa barang tersebut baik bentuk, warna, ukuran barang tersebut mirip dengan aslinya, akan tetapi kualitas bahan yang digunakan di bawah kualitas barang asli (*original*).

Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur tersebut tentu nantinya juga akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan pemilihan maupun pembelian barang. Dengan bersikap jujur kepada konsumen, maka konsumen akan memiliki kepercayaan yang lebih kepada pelaku usaha.

- a. Social Agency

Hasil wawancara dengan *admin online* di *socialagencybaru.com* terkait dengan kondisi serta jaminan barang, pernah terjadi kekeliruan antara buku dengan harga yang tertera pada katalog dikarenakan adanya kenaikan harga buku dari penerbit secara mendadak dan pihak penjual belum sempat meng-*update* harga buku yang baru dikarenakan

banyaknya buku yang harus dicek. Atas kenaikan harga tersebut kemudian pihak *social agency* kemudian memberikan pengertian serta konfirmasi ulang kepada konsumen atas adanya kenaikan barang tersebut melalui *e-mail* kepada konsumen yang ingin membeli buku tersebut.

Meskipun sudah memberikan konfirmasi atas adanya kenaikan harga, sebenarnya jika diperhatikan secara seksama dalam transaksi elektronik melalui *socialagencybaru.com*, konsumen belum terpenuhi haknya secara maksimal. Hal ini dapat dilihat pada pemberian informasi mengenai barang dan harga buku pada katalog. Seharusnya, dalam informasi tersebut ditambahkan informasi terkait kenaikan harga barang meskipun kenaikan harga ini bukan terjadi karena kesalahan dari pihak penjual, tetapi kenaikan harga ini dilakukan dari pihak penerbit. Oleh karena itu, pihak *social agency* di sini harus lebih teliti dan cekatan dalam hal meng-*update* harga buku, sehingga konsumen akan merasa terlayani dengan maksimal.

b. *Kost-net*

Berkenaan dengan pemberian informasi barang di *kost-net.com*, pihak penjual sudah memberikan informasi yang mengenai kondisi/spesifikasi barang tersebut. Meskipun informasi tersebut sudah dirasa cukup, tetapi masih terdapat konsumen yang menanyakan perihal manfaat atau keunggulan dari barang yang mereka jual.

Berdasarkan hasil wawancara dengan *owner* Kost-net, masih seringnya konsumen menanyakan perihal keunggulan barang itu disebabkan bukan karena informasi yang diberikan tidak lengkap, tetapi karena keterbatasan dari kapasitas penyimpanan itu sendiri. Karena barang yang mereka jual bermacam-macam jenis, tidak memungkinkan untuk mencantumkan spesifikasi barang secara mendetail, karena kapasitas penyimpanan data di *website* tersebut juga terbatas. Hal tersebut tentunya sangat mengganggu kenyamanan konsumen dalam berbelanja karena konsumen akan menghabiskan waktu atau membuang waktunya hanya untuk menanyakan spesifikasi barang kepada *kostnet* selaku pihak penjual.

c. Sista Smartzoper

Berkenaan dengan penginformasian produk yang dijual, Sista Smartzoper mempromosikan produk busananya dengan meng-*upload* gambar-gambar di album photo dalam jejaring sosial *facebook*. Berikut adalah contoh gambaran proses penawaran produk yang dilakukan oleh Sista Smartzoper melalui jejaring sosial *facebook*:

Gambar 3. Homepage Sista Smartzoper



Sumber: *www.facebook/sistadwiriana*

Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen terkait dengan penginformasian barang yang diberikan, konsumen tersebut mengalami ketidakjelasan mengenai informasi produk yang diberikan karena pada gambar baju dan tas tersebut ada yang tidak mencantumkan harga barang, apakah barang tersebut asli atau barang tiruan juga sebagian ada yang tidak dicantumkan. Tentu penginformasian yang jelas dan benar mengenai produk di sini menjadi sangat penting karena dengan adanya kejelasan tentang spesifikasi dan harga barang tersebut otomatis akan menjadi bahan pertimbangan bagi konsumen untuk melakukan transaksi jual beli di Sista Smartzoper.

Selain diatur dalam Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, hak maupun kewajiban baik dari konsumen maupun pelaku usaha juga diatur dalam Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Transaksi Elektronik yakni terkait dengan hak untuk mendapatkan informasi yang benar sebagaimana termuat dalam Pasal 9 Undang-Undang No 11 Tahun 2008 tentang Informasi Transaksi Elektronik bahwa “pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan.”

Teknologi modern seperti *e-commerce* tersebut, tentu juga akan memunculkan persoalan jika terdapat kecurangan baik dari satu pihak maupun kedua pihak (penjual maupun pembeli). Untuk itu pemberian informasi disini sangatlah diperlukan mengingat jika ada permasalahan hukum yang muncul, nantinya informasi elektronik, dokumen elektronik maupun hasil cetakannya dapat digunakan sebagai alat bukti hukum yang sah sebagaimana diatur dalam pasal 5 ayat 1 dan 2 Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Sebagai contoh, pemberian informasi dari pelaku usaha yang berupa *invoice* dapat digunakan oleh konsumen apabila mengalami kerugian. Sebaliknya data konsumen yang tidak lengkap atau benar nantinya juga dapat digunakan sebagai dokumen bagi pelaku usaha untuk mengkonfirmasi kepada pihak ekspedisi terkait dengan pengiriman barang sebagaimana yang dilakukan oleh *socialagencybaru.com*. Nomor resi/ tanda bukti pengiriman barang merupakan dokumen yang penting guna memberikan informasi kepada konsumen bahwa pihak pelaku usaha, baik Social Agency, Kost-net, dan Sista Smartzoper sudah mengirimkan barang melalui jasa ekspedisi yang bersangkutan. Dengan adanya tanda bukti pengiriman barang tersebut maka barang yang dibeli akan terjamin sampai ke tangan konsumen.

Berdasarkan uraian di atas, dari ketiga pelaku usaha/ penjual di atas masih terdapat beberapa hal yang diabaikan oleh pihak penjual dalam

hal pemberian informasi. Sebagai contoh, pihak penjual kurang memperhatikan secara detail mengenai informasi barang yang mereka *upload*. Maksudnya apabila *stock* barang tersebut sudah habis, seharusnya gambar barang yang mereka tawarkan kepada konsumen tersebut dihapus agar konsumen tidak mengalami kebingungan dalam hal mendapat informasi. Berdasarkan uraian tersebut, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam pemberian informasi yang terkait dengan transaksi melalui internet antara lain:

- a. pemberian informasi mengenai keberadaan pelaku usaha maupun konsumen harus dijelaskan secara lengkap dan benar di website serta akun lain yang dimiliki.
- b. pemberian informasi terkait dengan kondisi barang maupun keamanan barang tersebut harus dijelaskan secara rinci di *website* serta akun lain yang dimiliki oleh pelaku usaha.
- c. pemberian informasi terkait dengan bagaimana cara pembelian juga harus dijelaskan secara jelas dan rinci sehingga konsumen tidak mengalami kesulitan dalam hal pembayaran.

Informasi-informasi diatas merupakan hal yang penting mengingat para pihak yang melakukan transaksi elektronik diwajibkan untuk beritikad baik serta melakukan pertukaran informasi elektronik/ dokumen elektronik selama transaksi berlangsung sebagaimana termuat dalam Pasal 17 UU ITE. Itikad yang baik tersebut harus dilandasi dengan sikap yang jujur. Dalam hal ini antara pihak penjual

dan konsumen harus saling memberikan identitas diri yang lengkap dalam melakukan transaksi jual beli melalui internet tersebut.

Selain itu, syarat-syarat kontrak juga jangan sampai terabaikan. Pelaksanaan kontrak, baik di *socialagency.com*, *kost-net.com*, dan *sista smartzopper* dilakukan secara benar dan jelas yakni dengan cara melakukan kesepakatan dengan pihak pembeli sesuai dengan perjanjian yang dilakukan. Selain itu, kecakapan piha-pihak juga merupakan hal yang penting. Dalam hal transaksi melalui internet, *socialagency.com* serta *kost-net.com* tidak dapat mengidentifikasi usia dari pihak pembeli, apakah pembeli tersebut sudah cakap atau belum karena informasi yang didapatkan hanya sekedar nama, alamat, serta nomor telephone yang dapat dihubungi. Meskipun kecakapan dalam hal ini usia konsumen tidak diidentifikasi, akan tetapi sejauh ini belum ada permasalahan yang menyangkut kecakapan pihak pembeli yang timbul dari adanya perjanjian jual beli melalui media *online*. Sedangkan di *Sista Smartzopper*, pihak penjual dapat mengidentifikasi apakah pihak pembeli dianggap sudah cakap atau belum. Hal tersebut dapat diketahui dengan cara melihat informasi pada akun *facebook* si pembeli. Selain itu, jika dilihat dihalaman *facebook* *Sista Smartzopper* diketahui bahwa mayoritas konsumen *sista smartzoper* adalah wanita dewasa. Dari uraian di atas dapat di simpulkan meskipun kecakapan para pihak tidak diketahui oleh pihak penjual, akan tetapi belum ada

permasalahan yang timbul akibat adanya ketidakcakapan dari pihak pembeli dalam membuat suatu perjanjian.

4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan
 - a. Social Agency

Seperti yang sudah dikemukakan di atas, bahwa sebenarnya konsumen belum secara lengkap memperoleh informasi mengenai produk. Namun demikian, ternyata ketidaklengkapan informasi tersebut sebenarnya sudah diantisipasi oleh social agency dengan membuka ruang tanya jawab melalui testimonial yang didalamnya memberikan kesempatan kepada semua konsumen untuk melakukan kontak ataupun tanya jawab secara rinci antara konsumen dan pihak Social Agency. Berdasarkan testimoni yang dikemukakan oleh beberapa konsumen di *socialagencybaru.com* menunjukkan bahwa para konsumen cukup puas dengan pelayanan yang diberikan oleh *socialagencybaru.com* yaitu dengan memberikan testimonial yang menyatakan bahwa buku tersebut sudah konsumen terima dengan kondisi utuh. Realitas tersebut menunjukkan bahwa ada beberapa konsumen puas dan hak-haknya dipenuhi oleh *socialagencybaru.com*, meskipun ada pula beberapa konsumen yang merasa haknya belum terpenuhi secara maksimal. Hal tersebut terbukti dengan masih adanya beberapa keluhan yang disampaikan oleh konsumen kepada pihak social agency. Dalam rentan waktu bulan Januari – Juni 2012, terdapat

7 keluhan dari konsumen, diantaranya keluhan mengenai barang yang tertukar (baru terjadi 1 kali), keluhan mengenai penginformasian harga barang, keluhan mengenai keberadaan barang, keterlambatan pengiriman barang ke tangan konsumen, serta barang tersebut tidak sampai ke tangan konsumen. Keterlambatan pengiriman barang dapat terjadi karena kesalahan pengisian identitas dari konsumen atau disebabkan oleh pihak ke tiga karena pada masa Lebaran, jasa ekspedisi mengalami overload sehingga barang tersebut belum bisa dikirim dan sempat menginap di gudang jasa ekspedisi yang bersangkutan.

Berdasarkan dengan uraian sebelumnya, respon atas adanya keluhan-keluhan dari konsumen *socialagency.com* kemudian di tanggap dengan cara sebagai berikut:

- 1) adanya keluhan mengenai barang yang tertukar, *socialagencybaru.com* kemudian melakukan pengecekan dan konfirmasi ke jasa ekspedisi, dan memberitahu bahwa barang yang penjual kirim tersebut tertukar antara alamat dan buku-buku yang ada di dalam kardus. Dengan memberikan konfirmasi tersebut maka barang akan dikirim kepada konsumen yang bersangkutan meskipun terjadi keterlambatan pengiriman. Konsumenpun dapat secara langsung menghubungi jasa ekspedisi untuk mencari tahu keberadaan barang tersebut sesuai dengan resi barang.

- 2) adanya keluhan berkenaan harga barang tersebut *socialagency.com* kemudian menyampaikan permintaan maaf kepada konsumen atas adanya kenaikan harga barang tersebut serta mengganti nominal harga yang tercantum di *website*-nya.
- 3) dengan adanya keluhan mengenai keberadaan barang, pihak *Social Agency* menyampaikan permohonan maaf dan menghapus buku yang ternyata sudah habis di halaman *website*-nya.
- 4) keluhan mengenai keterlambatan pengiriman barang tersebut kemudian di respon oleh *social agency* dengan melakukan pengecekan ke jasa ekspedisi yang bersangkutan sesuai dengan nomor resi barang tersebut.

Keluhan- keluhan tersebut di atas di respon oleh *Social Agency*, baik melalui media *chatting*, *e-mail*, *short message service* serta *telephone* karena *Social Agency* sendiri tidak menyediakan kotak saran khusus yang melayani tanya jawab terkait keluhan dari konsumen secara transparan pada *website* yang dimiliki oleh *Social Agency*. Keluhan tersebut juga bisa secara langsung disampaikan ke kantor *Social Agency* tersebut.

b. Kost-net

Beberapa keluhan dari konsumen pernah di alami oleh *kostnet*, dalam kurun waktu Januari-Juni 2012 *Kost-net* mendapatkan 8 keluhan, diantaranya keluhan mengenai keterlambatan pengiriman serta adanya barang yang cacat, dalam hal ini terdapat komponen

elektronik yang terlepas. Dari keluhan-keluhan tersebut kemudian kostnet melakukan beberapa tindakan, antara lain:

- 1) melakukan pengecekan ke jasa ekspedisi yang bersangkutan untuk menanyakan perihal barang yang belum sampai ke tangan konsumen.
- 2) adanya keluhan mengenai barang yang cacat, pihak kosnet kemudian meminta kepada konsumen agar barang tersebut dikembalikan, kemudian akan ditukar dengan yang baru atau akan diperbaiki kembali. Dalam pengembalian barang tersebut, biaya kirim ditanggung oleh pihak penjual.

Keluhan atau tanya jawab berkenaan dengan produk yang dijual kosnet dapat dilakukan dengan beberapa cara, antara lain, datang langsung ke alamat kantor kosnet, menghubungi pihak kosnet melalui nomer telepon, menuliskan komplain maupun saran pada *comment* pada *website www.kost-net.com*, menghubungi pihak Kost-net melalui *e-mail*

c. Sista Smartzoper

Sista Smartzoper menerima keluhan-keluhan dari konsumen melalui *massage* di *facebook*, sms, telepon, maupun via *blackberry massanger*. Keluhan-keluhan yang biasa Sista terima antara lain berkaitan dengan estimasi waktu serta cacat barang. dalam kurun waktu Januari- Juni, Sista Smartzoper mendapat 13 keluhan. Keluhan terbanyak yakni keluhan terkait dengan keterlambatan pengiriman.

Keluhan-keluhan konsumen lain yang diterima Sista Smartzoper, diantaranya keluhan mengenai ketidaksesuaian barang yang diterima konsumen dengan penawaran yang terdapat pada gambar, keluhan mengenai ketidaklengkapan informasi mengenai barang yang dijual oleh penjual, terdapat cacat pada barang yang dibeli konsumen. Dari beberapa keluhan tersebut kemudian Sista Smartzoper melakukan tindakan sebagai berikut:

- 1) keluhan mengenai ketidaksesuaian barang yang diterima konsumen, pihak sista smartzoper menyampaikan permintaan maaf.
 - 2) keluhan mengenai cacat barang direspon oleh sista smartzoper dengan memperbaiki barang tersebut, mengganti barang tersebut dengan yang baru serta melakukan pengembalian uang atas pembelian barang tersebut.
 - 3) berkenaan dengan keterlambatan pengiriman. Sama halnya dengan Social Agency dan Kost-net, Sista Smartzoper melakukan pengecekan ke jasa ekspedisi yang bersangkutan.
5. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.

Yang dimaksud diperlakukan atau dilayani secara benar di sini adalah pelaku usaha memberikan perlakuan atau pelayanan yang baik kepada konsumen sehingga konsumen dapat merasakan kenyamanan dalam berbelanja barang.

- a. Social Agency

Dalam hal pelayanan, Social Agency sejauh ini sudah berusaha untuk memberikan pelayanan secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif baik kepada member maupun non member. Kedua konsumen tersebut (baik *member* maupun *non-member*) sama-sama diberikan kebebasan untuk memilih barang serta mendapatkan pelayanan yang sama. Pelayanan yang benar dari *Social Agency* disini juga dapat ditunjukkan melalui kebenaran dan kejelasan mengenai keberadaan toko *online socialagencybaru.com* melalui informasi yang terdapat di *website*.

b. Kostnet

Begitu pula dengan pelayanan yang diberikan oleh Kost-net, pelayanan tersebut dilakukan secara jujur serta tidak diskriminatif, konsumen baik yang berasal dari dalam dan luar kota bebas untuk melakukan transaksi jual beli.

c. Sista Smartzoper

Dalam melakukan transaksi jual beli di sini, Sista Smartzoper tidak diskriminatif baik dengan member maupun non member. Kedua konsumen tersebut dilayani secara adil.

Berkenaan dengan perlakuan dan pelayanan yang benar baik pihak *socialagencybaru.com*, *kost-net.com*, serta *Sista Smartzoper* sudah melakukan kompensasi/ganti rugi atas kerugian yang konsumen alami sebagaimana diulas dalam uraian sebelumnya. Sebagai contoh, Kost-net berusaha melakukan hal yang terbaik untuk konsumen. Hal

tersebut dapat diketahui dengan barang-barang yang Kost-net jual merupakan barang yang berkualitas baik dengan garansi sebagai jaminannya. Apabila ada konsumen yang mengalami kekecewaan atas barang yang mereka beli, konsumen dapat melakukan komplain serta mendapatkan garansi (dalam hal ini perbaikan komponen jika ada barang yang rusak). Hal tersebut merupakan manifestasi dari perlakuan / pelayanan yang baik dari pihak pelaku usaha.

Selain itu, itikad baik seperti perlakuan dan pelayanan secara jujur harus dilakukan oleh pihak penjual. Sebagai contoh dari adanya informasi mengenai pelayanan *cash on delivery* kepada konsumen di SAB. Pelayanan tersebut bukan hanya sekedar trik promosi saja, akan tetapi pihak SAB merealisasikannya dengan baik. Terbukti beberapa konsumen merasa puas dari adanya layanan *cash on delivery* tersebut.

Untuk mendukung pelayanan yang benar dan jujur pelaku usaha tentu akan menetapkan Standar Operasional Prosedur guna memberikan petunjuk-petunjuk pelayanan bagi konsumen, akan tetapi dari ketiga pelaku usaha belum memiliki Standar Operasional Prosedur sebagaimana yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan lain. Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa ketiga pelaku usaha tersebut telah berusaha memberikan perlakuan dan pelayanan yang benar, jelas, dan tidak diskriminatif kepada konsumen meskipun pelayanan tersebut tidak didukung dengan adanya Standar Operasional Prosedur.

6. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya

Sebagai pelaku usaha sudah seharusnya memberikan ganti kerugian apabila melakukan suatu tindakan yang tidak sesuai dengan perjanjian. Misalnya saja, jika terjadi kerusakan atau cacat pada barang, pihak penjual di sini memiliki kewajiban untuk memberikan kompensasi atau ganti rugi kepada konsumen tersebut.

- a. Social Agency

Terkait dengan pemberian kompensasi, ganti rugi, pihak *Social Agency* disini selalu berusaha memberikan ganti rugi sesuai dengan hak konsumen. Sebagai contoh, terkait dengan adanya pengiriman barang yang tertukar sebagaimana dijelaskan di atas, sebelum barang sampai ke tangan pembeli, pihak *Social Agency* yang menyadari atas adanya kekeliruan dalam hal pengemasan barang sehingga antara barang dengan alamat yang dituju (antara konsumen X di Jakarta dengan kosumen Y di Cikarang) saling tertukar. Menyadari hal tersebut, kemudian *Social Agency* segera menghubungi pihak pembeli agar tidak menerima barang tersebut serta menghubungi JNE dikarenakan adanya kesalahan dalam pengepakan barang. Dalam hal ini, pihak *social agency* kemudian memenuhi tanggungjawabnya sebagai pelaku usaha untuk memberikan ganti rugi berupa biaya pengiriman barang serta isi barang tersebut sesuai dengan pemesanan

yang dilakukan oleh konsumen. Kelalaian tersebut terjadi karena pegawai yang mempunyai tanggung jawab melakukan pengemasan buku tersebut tidak melihat faktur pembelian.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak *Social Agency*. Selain kesalahan dari pihak penjual disini, ada pula kerugian yang disebabkan oleh konsumen:

- 1) Terjadi kesalahan pengiriman barang karena konsumen tidak memberikan kejelasan mengenai alamat rumah.

Sebagai contoh, pengiriman barang ke daerah Padang menjadi terhambat karena ketidakjelasan mengenai alamat rumah. Oleh karena itu pihak penjual kemudian menghubungi kembali konsumen yang bersangkutan melalui *e-mail* dan kembali mengirim barang tersebut ke alamat sebenarnya. Biaya pengiriman tersebut ditanggung oleh pihak penjual.

- 2) Terjadi pengembalian uang transfer buku dikarenakan ketika konsumen melakukan proses pemesanan ternyata buku tersebut kosong. Pengiriman uang transfer tersebut dilakukan sebelum *Social Agency* memberikan jawaban atas konfirmasi konsumen, apakah buku tersebut masih ada stock atau buku tersebut kosong. Otomatis uang yang ditransfer oleh konsumen tersebut dikembalikan beserta tanggungan biaya transfer kepada institusi *financial* yang dipakai masing-masing pihak.

b. Kost-net

Sementara itu, dalam hal pemberian ganti rugi di toko *online* Kost-net penggantian barang dilakukan apabila barang yang diterima oleh konsumen Kost-net mengalami kerusakan. Senada dengan yang diungkapkan oleh konsumen kosnet bahwa penggantian barang tersebut sudah dilakukan oleh pihak penjual. Penggantian barang tersebut dilakukan karena barang yang diterima konsumen dalam keadaan tidak utuh (beberapa komponen ada yang lepas).

c. Sista Smartzoper

Untuk kompensasi ganti rugi yang berikan oleh Sista Smartzoper berupa penggantian barang. Hal tersebut dibenarkan oleh konsumen, penggantian barang yang kancing bajunya tidak lengkap tersebut sudah diganti oleh pihak Sista Smartzoper. Selain penggantian barang tersebut pihak Sista Smartzoper juga menanggung biaya pengiriman barang tersebut.

C. Hambatan-Hambatan Dalam Pelaksanaan Pemenuhan Hak-Hak Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Internet

Dalam mengkonsumsi produk (barang/ jasa), konsumen selalu menginginkan adanya kepuasan terhadap produk yang dikonsumsinya, Sedangkan pelaku usaha menginginkan untuk memperoleh keuntungan ekonomis dari hubungan itu. Keinginan kedua belah pihak tersebut akan mudah untuk dicapai apabila keduanya melaksanakan kewajiban secara benar dan dengan dilandasi itikad baik.

Apabila memperhatikan sudut pandang konsumen, ada beberapa hal yang diinginkan oleh konsumen pada saat hendak membeli suatu produk diantaranya:

- 1) Diperolehnya informasi yang jelas mengenai produk yang akan dibeli
- 2) Keyakinan bahwa produk yang dibeli tidak berbahaya dan aman
- 3) Produk yang dibeli cocok sesuai dengan keinginannya, baik dari segi harga maupun spesifikasi serta kualitas barang
- 4) Konsumen mengetahui cara penggunaannya
- 5) Jaminan bahwa apabila barang yang dibeli tidak sesuai atau tidak dapat digunakan maka konsumen memperoleh pengganti baik berupa produk ataupun pengembalian dalam bentuk uang.

Kenyataan yang muncul adalah seringkali konsumen tidak memperoleh apa yang diharapkannya secara maksimal. Berikut merupakan hambatan-hambatan dalam rangka pemenuhan hak konsumen dalam transaksi jual beli melalui internet antara lain:

- 1) Pemberian informasi, dalam hal ini alamat dari konsumen tidak lengkap/tidak jelas sehingga pengiriman barang menjadi tersendat.

Konsumen sebagai pihak yang membutuhkan produk seringkali sebelum mulai melakukan transaksi diharuskan untuk memberikan informasi yang lengkap mengenai identitas diri. Hal yang wajar apabila produsen berkepentingan atas informasi tersebut karena melalui informasi inilah produsen dapat menilai kredibilitas konsumen, apakah konsumen adalah pembeli yang sungguh-sungguh atau tidak.

Sebagaimana diungkapkan oleh admin *socialagencybaru.com*, Social Agency pernah mengalami kesulitan dalam hal pengiriman barang dikarenakan informasi yang diberikan oleh konsumen tidak jelas, dalam kurun waktu Januari-Juni 2012 sendiri ada 2 kejadian. Sebagai contohnya di daerah Padang, kesulitan pengiriman barang tersebut disebabkan nama pembeli tidak dikenal. Pengisian identitas calon pembeli memang sudah diisi dengan dengan lengkap oleh pihak pembeli, tetapi pada kenyataannya pihak ekspedisi tidak menemukan nama sebagaimana tercantum pada identitas yang konsumen berikan kepada *socialagencybaru.com*. Hal tersebut dikarenakan pembeli memakai nama inisial/ panggilan dalam pengisian identitas diri yang termuat dalam *website*-nya. Akibat dari kesalahan tersebut pihak ekspedisi mengalami kesulitan untuk mencari alamat dari konsumen Social Agency tersebut. Meskipun barang tersebut akhirnya sampai ke tangan pembeli, tetapi sebelumnya pihak Social Agency juga berusaha beberapa kali menghubungi konsumen baik melalui media *telephone* maupun *chatting* perihal kejelasan nama asli serta alamat konsumen yang benar. Selama menunggu jawaban dari konsumen tersebut, otomatis barang tersebut menginap digudang ekspedisi. Kemudian setelah beberapa hari barulah Social Agency mendapatkan jawaban atas kesalahan informasi nama dan alamat tersebut dari konsumen, dan barulah pihak Social Agency di sini kemudian menghubungi pihak ekspedisi yang berada di Padang untuk kembali mengirimkan pesanan

buku kepada konsumen. Pemberian informasi yang tidak jelas inilah yang akan menghambat pelaku usaha dalam upaya melakukan pemenuhan hak, terutama hak konsumen untuk memperoleh kenyamanan.

2) Perubahan harga dari suplier secara mendadak.

Perubahan harga dari suplier ini terkadang menjadi hambatan bagi pelaku usaha untuk memenuhi hak konsumen. Seperti yang terjadi di *socialagencybaru.com* sebagaimana diungkapkan oleh admin Social Agency Baru, pihak penjual pernah mendapatkan komplain dari konsumen akibat perubahan harga buku dari salah satu penerbit secara mendadak. Harga buku yang berasal dari ratusan penerbit sewaktu-waktu dapat berubah dan perubahan hargapun tidak lantas dilakukan secara bersamaan. Perubahan harga tersebut memang sudah sering terjadi, tetapi keterlambatan meng-*update* harga tersebut diakibatkan karena antara konsumen yang melakukan konfirmasi pembelian dengan laporan kenaikan harga buku yang Social Agency dapat dari penerbit baru diterima dalam waktu yang hampir bersamaan. Dalam hal ini, Social Agency sendiri mengalami hambatan dalam memberikan pemenuhan hak konsumen untuk memberikan informasi yang benar terkait harga buku yang mereka jual lewat *online*. Hal tersebut sebenarnya dapat diantisipasi jika penerbit memberikan informasi terlebih dahulu jika harga buku tersebut akan mengalami kenaikan, bukan mendadak sebagaimana dijelaskan di atas. Tindak lanjut dari pihak Social Agency atas perubahan

harga tersebut kemudian *staf online* beserta beberapa pegawai kemudian melakukan pengecekan ulang daftar-daftar harga buku yang tersedia, baik di toko online maupun *offline*, sehingga ada kecocokan harga antara keduanya. Selain itu pihak dari *staf online* tersebut kemudian memperbaiki/ meralat harga-harga yang tidak sesuai dengan harga yang baru ke dalam katalog produk yang ada di dalam *website sosialagencybaru.com*

3) Konsumen tidak mengindahkan saran dari pelaku usaha.

Sebagaimana penjelasan sebelumnya, bahwa pernah ada komplain dari konsumen Kost-net yang berasal dari Jawa Timur terkait kondisi barang yang diterima dalam keadaan tidak utuh. Hal tersebut disebabkan karena kotak pengepakan yang konsumen pilih berbahan kertas (kardus), padahal pada saat terjadi kesepakatan pelaku usaha (pemilik Kost-net) sudah menyarankan konsumen untuk memilih kotak kayu sebagai pembungkusnya agar dalam perjalanan pengiriman barang elektronik yang konsumen beli tetap utuh jika terkena guncangan ketika barang tersebut dalam kendaraan, akan tetapi konsumen tersebut enggan menggunakan *box* kayu, sehingga pelaku usaha pun mengemas barang tersebut menggunakan kardus sesuai dengan permintaan konsumen. Setelah barang elektronik tersebut sampai ke tangan pembeli ternyata ada beberapa komponen yang terlepas, hal tersebut kemungkinan disebabkan karena guncangan-guncangan pada saat perjalanan. Dengan adanya hal tersebut, kostnet tentu tidak dapat melakukan pemenuhan hak konsumen

secara maksimal terutama hak konsumen untuk memperoleh kenyamanan serta keamanan barang yang mereka jual yang diakibatkan karena pihak konsumen sendiri tidak mengindahkan saran dari pelaku usaha. Menindak lanjuti hal tersebut, pihak Kost-net kemudian meminta konsumen melakukan pengiriman balik atau mengembalikan barang tersebut kepada kost-net untuk diganti dengan yang baru. Atas pengembalian tersebut pihak Kost-net menanggung biaya kirim tersebut. Setelah barang tersebut diganti oleh Kost-net, kemudian kostnet melakukan pengiriman ulang kepada konsumen Jawa Timur dengan menanggung biaya pengiriman, tetapi untuk biaya pengepakan barang tersebut menggunakan box kayu tersebut ditanggung oleh konsumen.

- 4) Konsumen kurang memperhatikan tata cara berbelanja di *online shop* tersebut.

Terkadang sebagai konsumen kita tidak jeli dalam hal melakukan pembelian. Hal tersebut pernah terjadi di *socialagencybaru.com*, pernah ada konsumen yang melakukan pengiriman uang (*transfer*) kepada penjual, sedangkan buku yang konsumen beli ternyata kosong sebagaimana diungkapkan oleh bendahara Social Agency. Seharusnya pembeli perlu cermat dalam melakukan pentransferan uang tersebut sebelum pihak Social Agency memberikan konfirmasi balik ke konsumen bahwa barang tersebut masih tersedia atau telah terjual (kosong). Menanggapi hal tersebut, sebenarnya pihak Social Agency sendiri sudah memberikan informasi terkait tata cara berbelanja sebagaimana tercantum

di dalam *websitenya*. Atas pentransferan tersebut kemudian pihak Social Agency tersebut melakukan pengembalian atas uang yang telah ditransfer kepada konsumen yang bersangkutan sekaligus melakukan chatting dengan konsumen agar konsumen lebih memperhatikan tata cara berbelanja sesuai dengan informasi yang diberikan di dalam website Social Agency tersebut.

- 5) Estimasi waktu pengiriman barang terkadang tidak sesuai dengan waktu yang disepakati antara penjual dan pihak ekspedisi yang bersangkutan

Keterlambatan pengiriman barang kepada konsumen menjadikan konsumen merasa tidak nyaman dalam melakukan pembelian suatu barang. Baik di *socialagencybaru.com*, *kostnet.com*, maupun Sista Smartzoper pernah mendapatkan keluhan dari konsumen terkait dengan estimasi waktu pengiriman barang yang tidak sesuai dengan perjanjian. Sebagai contoh, pihak Sista Smartzoper pernah mendapat keluhan dari konsumen yang berada di Kudus atas pembelian baju karena barang tersebut tidak kunjung sampai ke tangan pembeli. Sesuai dengan kesepakatan barang tersebut akan sampai 2 hari, akan tetapi ternyata barang tersebut sampai pada hari ke 4 setelah pengiriman. Berdasarkan hal tersebut sudah seharusnya antara pihak pelaku usaha dan pihak ekspedisi melakukan kerjasama yang baik dalam melakukan kesepakatan. Keterlambatan barang juga harus diantisipasi dengan baik oleh jasa ekspedisi karena jika nanti mengalami keterlambatan pengiriman barang, pihak pelaku usaha juga yang akan mendapatkan komplain dari konsumen

dan bisa saja berakibat konsumen tidak percaya lagi dengan pelaku usaha tersebut. Atas hambatan tersebut Sista Smartzoper berupaya untuk menjalin kerjasama dengan ekspedisi untuk melakukan kesepakatan waktu pengiriman. Selain itu juga di dalam *grup blackberry masssanger*, pihak Sista Smartzoper juga memberikan informasi jika nantinya barang yang konsumen pesan akan mengalami keterlambatan pengiriman disebabkan pihak jasa ekspedisi mengalami *overload*. Hal tersebut biasa terjadi menjelang musim lebaran/ hari raya.

- 6) Pegawai yang melakukan pengemasan barang kurang teliti dalam melihat faktur barang.

Pegawai yang diberi kepercayaan oleh perusahaan, seharusnya berupaya untuk melakukan segala sesuatu sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan. Sebagai salah satu toko online, Social Agency selalu berusaha untuk melakukan pemenuhan hak bagi konsumen, akan tetapi pada kenyataannya sendiri Social Agency pernah mendapatkan hambatan dalam upaya pemenuhan hak tersebut. Sebagai contoh, pernah terjadi kekeliruan dalam pengepakan serta pengiriman barang. Ketidakhati-hatian dari pegawai Social agency yang tidak teliti dalam melihat faktur pembelian berakibat pada proses pengemasan serta pengiriman barang. Kekeliruan tersebut terjadi karena antara alamat konsumen yang membeli barang dengan isi barang yang dikemas mengalami kesalahan (tertukar). Kekurang telitian dari pihak Social Agency di sini tentu akan berakibat tidak terpenuhinya hak konsumen, terutama hak konsumen untuk

mendapatkan barang sesuai dengan jaminan yang dijanjikan. Terkait dengan ketidaktepatan tersebut, kemudian pihak Social Agency berupaya menghubungi pihak konsumen terkait dengan kekeliruan tersebut kemudian melakukan pengecekan di jasa ekspedisi atas terjadinya kesalahan pengiriman. Setelah melakukan pengecekan tersebut kemudian pihak ekspedisi kembali melakukan pengiriman sesuai dengan pesanan konsumen. Pengecekan tersebut dilakukan dengan media *telephone* baik dengan konsumen maupun pihak ekspedisi yang berada di Cikarang. Terkait dengan ketidaktepatan dari pegawai tersebut, kemudian pihak SAB, dalam hal ini manager melakukan evaluasi atas kinerja para pegawai.

7) Hambatan dari jejaring sosial yang digunakan

Hambatan dari jejaring sosial yang digunakan ini merupakan hambatan yang disebabkan oleh *cybersistem* tersebut. Sebagai contohnya: batasan-pertemanan di jejaring *facebook*, sehingga secara otomatis juga akan berpengaruh pada upaya penawaran maupun kelengkapan informasi barang kepada konsumen seperti yang terjadi di Sista Smartzopper.

Sebagai contohnya, hambatan meng-*tag picture* yang dialami oleh Sista Smartzopper. Meskipun Sista Smartzopper selalu berusaha untuk mengupload gambar-gambar baju terbaru agar para konsumen dapat melihat koleksi-koleksinya, tetapi batasan meng-*tag picture* juga menjadi penghambat kegiatan penawaran kepada konsumen. Selain penawaran lewat facebook, pihak Sista Smartzopper di sini juga melakukan promosi

atau jual beli produk fashion melalui media *blackberry messenger* agar dapat menjangkau konsumen secara luas serta mengantisipasi batasan meng-*tag picture* kepada konsumen di jejaring *facebook*.