

 <p>Hlm 68-83</p>	<p>E-ISSN 2809-8641</p>	<p>Naskah dikirim: Tgl/bln/thn 16/01/2024</p>	<p>Naskah direview: Tgl/bln/thn 13/02/2024</p>	<p>Naskah diterbitkan: Tgl/bln/thn 17/03/2024</p>
--	---	--	---	--

OPTIMALISASI PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM MELAKUKAN KOMPLAIN ATAS PRODUK BARANG CACAT MELALUI SELF REGULATION PADA TRANSAKSI PEMBELIAN SECARA ONLINE PT.BUKALAPAK
(Optimizing Consumer Protection In Performing Complain About Defective Products Through Self Regulation On Online Purchase Transactions PT. Bukalapak)

Ulfah Mutiara Rachmat¹, Slamet Riyanto², Arifudin³

¹ Universitas Islam As-Syafi'iyah, Indonesia, ulfahmutiara185@gmail.com

² Universitas Islam As-Syafi'iyah, Indonesia, slametriyanto2001@gmail.com

³ Universitas Islam As-Syafi'iyah, Indonesia, arifudin.fh@uia.ac.id

ABSTRACT

Ulfah Mutiara Rachmat, 1220190043 Optimizing Consumer Protection in Carrying Out Complaints about Defective Products Through Self Regulation in Purchase Transactions Online PT. Bukalapak Research on "Optimizing Consumer Protection in Complaints about Defective Products Through Self-Regulation in Online Purchase Transactions PT. Bukalapak" is motivated by business actors, especially by means of self-regulation, making their own rules or regulations so that the process of complaining about defective goods can be well optimized if seen from the positive side, competition will certainly encourage business actors to improve themselves by using the latest technology in order to production process efficiency, improving product quality, intensifying promotions, improving services and so on. so that the resulting product has a comparative advantage compared to competitors' products. This research is descriptive in nature. How to Optimize Consumer Protection in making complaints about defective products at PT. Bukalapak. interviewing related parties to find out the application of consumer protection law in e-commerce transactions in society (law in action), research on resolving problems with complaints about defective products through self-regulation.

Keywords: Optimization, Complain, PT. Bukalapak

ABSTRAK

Penelitian tentang “Optimalisasi Perlindungan Konsumen Dalam Pengaduan Produk Cacat Melalui *Self Regulation* Dalam Transaksi Pembelian Online PT. Bukalapak” dilatarbelakangi oleh para pelaku usaha khususnya dengan cara *self-regulation*, membuat ketentuan atau peraturan sendiri sehingga proses pengaduannya barang cacat dapat dioptimalkan dengan baik jika dilihat dari sisi positifnya, persaingan tentu akan mendorong para pelaku usaha untuk berbenah diri dengan menggunakan teknologi terkini dalam rangka efisiensi proses produksi, peningkatan kualitas produk, intensifikasi promosi, peningkatan pelayanan dan lain sebagainya. agar produk yang dihasilkan mempunyai keunggulan komparatif dibandingkan

dengan produk pesaing. penelitian ini adalah deskriptif. Bagaimana Optimalisasi Perlindungan Konsumen dalam melakukan komplain atas produk barang cacat pada PT.Bukalapak. mewawancarai pihak-pihak yang terkait untuk mengetahui penerapan hukum perlindungan konsumen dalam transaksi ecommerce dimasyarakat (*law in action*), penelitian penyelesaian masalah komplain produk barang cacat melalui *self regulation* (regulasi sendiri).

Kata Kunci : Optimalisasi, Komplain, PT. Bukalapak

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman menyebabkan kemajuan sangat cepat pada segala bidang salah satunya pada bidang teknologi. Dengan kemajuan teknologi dan jaringan internet bermacam bentuk teknologi digital muncul mempunyai kemampuan dalam meningkatkan kehidupan sosial maupun ekonomi menjadi lebih efektif. Kemajuan teknologi membuat transaksi serta komunikasi menjadi lebih mudah dengan mengakses internet melalui smartphone. Salah satu tanda kemajuan teknologi yang berbasis internet ialah dengan adanya aktivitas perdagangan melalui media internet yang disebut perdagangan elektronik atau electronic commerce atau e-commerce. Perdagangan elektronik memiliki ciri khusus yaitu perdagangan yang melintasi batas wilayah/kota/negara penjual dan pembeli yang tidak bertemu dan memanfaatkan internet sebagai mediana. (Bagus Hanindyo Mantri, 2007: 6)

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka penulis memfokuskan rumusan masalah sebagai berikut : Bagaimana pengaturan komplain atas produk barang cacat dalam peraturan perundang undangan ?

1. Bagaimana tata cara mekanisme komplain atas produk barang cacat melalui self regulation PT. Bukalapak ?
2. Bagaimana Optimalisasi Perlindungan Konsumen dalam melakukan komplain atas produk barang cacat pada PT.Bukalapak ?

MANFAAT PENELITIAN

Manfaat Teoritis Penelitian ini dapat dijadikan wawasan produsen dan konsumen apabila terjadi hal yang tidak di inginkan seperti mendapatkan produk yang cacat barang terhadap pembelian secara online dan cara melakukan complain terhadap suatu produk barang cacat terhadap marketplace dengan cara *Self Regulation* atau membuat regulasi sendiri yang sesuai SOP PT.Bukalapak agar konsumen mendapatkan pelayanan marketplace Bukalapak bermanfaat dalam perkembangan dan kemajuan pendidikan ilmu hukum, khususnya dalam perlindungan konsumen terhadap melakukan complain cacat barang yang dibeli pada marketplace cara *self regulation*.

METODE PENELITIAN

Penelitian hukum ini dilakukan melalui serangkaian langkah ilmiah yang sistematis dan terukur. Adapun metode yang digunakan adalah Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Normatif Deskriptif. Penulis melakukan penelitian lapangan yaitu dengan cara mewawancarai pihak-pihak yang terkait untuk mengetahui penerapan hukum perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce di masyarakat (*law in action*) sebagai data primer dan dengan cara penelitian penyelesaian masalah komplain produk barang cacat melalui self regulation (regulasi sendiri) untuk menelaah komplain yang bersangkutan dengan masalah yang dihadapi konsumen pada saat melakukan komplain barang terhadap platform marketplace Bukalapak peneliti juga melakukan studi pustaka mengenai hukum bisnis khususnya mengenai transaksi e-commerce dan hukum perlindungan konsumen sebagai data sekunder.

PEMBAHASAN

Perlindungan menurut Philipus M. Hadjon merupakan perlindungan terhadap harkat dan martabat manusia serta pengakuan terhadap hak-hak asasi manusia yang dimiliki oleh subjek hukum berdasarkan ketentuan hukum yang bersumber dari Pancasila dan konsep negara hukum.¹² Perlindungan hukum merupakan suatu perlindungan yang diberikan kepada subjek hukum baik bersifat preventif dan represif. Perlindungan preventif yaitu perlindungan yang diberikan pemerintah dengan pengendalian untuk mencegah terjadinya sebuah pelanggaran. Perlindungan represif yaitu perlindungan yang diberikan atas tindakan yang dilakukan setelah suatu pelanggaran terjadi. Dapat disimpulkan bahwa perlindungan hukum merupakan suatu gambaran dari fungsi hukum yang memberikan keadilan,kepastian dan kemanfaatan. **(Philipus M. Hardjon, 1987 : 25)**

Latar belakang pembentukan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen didasarkan pada pembangunan dan perkembangan ekonomi baik di bidang perindustrian dan perdagangan telah menghasilkan berbagai variasi barang dan/atau jasa yang dapat dikonsumsi. Kemajuan teknologi telekomunikasi dan informasi pada era globalisasi dan perdagangan bebas telah memperluas ruang gerak arus transaksi barang dan/atau jasa dalam melintasi batas wilayah suatu negara. Barang dan/atau jasa yang ditawarkan memiliki variasi yang beragam baik produksi dalam negeri maupun produksi luar negeri.

Kondisi yang demikian memerlukan manfaat bagi konsumen yaitu kebutuhan konsumen akan barang dan/atau jasa yang diinginkan dapat terpenuhi dan kebebasan atas keinginan dan kemampuan konsumen terbuka lebar. Kondisi tersebut dapat mengakibatkan kedudukan yang tidak seimbang antara pelaku usaha dan konsumen sehingga konsumen berada pada posisi yang lemah. Pelaku usaha menjadikan konsumen sebagai objek aktivitas bisnis untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya dengan cara promosi, penjualan, dan penerapan perjanjian standar. Tingkat kesadaran konsumen yang rendah merupakan faktor utama yang menjadi kelemahan bagi konsumen. **(Ardian Sutedi, 2008 : 1)**

hukum yang memberikan perlindungan terhadap konsumen merupakan dasar filosofi perumusan undang-undang perlindungan konsumen adalah dalam rangka membangun manusia Indonesia seutuhnya yang berlandaskan pada falsafah kenegaraan Republik Indonesia, yaitu dasar negara Pancasila dan Konstitusi Negara Undang Undang Dasar 1945 **(Ardian Sutedi, 2008 : 2)** Istilah perlindungan hukum merupakan istilah yang selalu dikaitkan dengan adanya pencederaan terhadap hak-hak anggota masyarakat baik yang dilakukan oleh sesama masyarakat, maupun oleh penguasa. Philipus M. Hadjon membedakan perlindungan hukum menjadi 2 (dua) macam, yakni :

1. **Perlindungan Hukum Preventif** Adalah perlindungan hukum yang diberikan oleh pemerintah dengan tujuan untuk mencegah sebelum terjadinya pelanggaran. Hal ini terdapat dalam peraturan perundang-undangan dengan maksud mencegah suatu pelanggaran serta memberikan rambu-rambu atau batasan-batasan dalam melakukan suatu kewajiban. Dengan perlindungan preventif merupakan bentuk perlindungan hukum yang diarahkan bagi terlindunginya hak seseorang dari kemungkinan terjadinya pelanggaran oleh orang lain atau pihak ketiga secara melawan hukum. Perlindungan hukum preventif sangat besar artinya bagi pemerintah yang didasarkan pada kebebasan bertindak, karena dengan adanya perlindungan hukum yang preventif pemerintah terdorong untuk bersikap hati-hati untuk mengambil keputusan yang didasarkan pada diskresi. **(Philipus M. Hadjon, 2011:76)** Perlindungan hukum preventif telah dibentuk oleh Pemerintah yakni dengan adanya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Peraturan ini

diharapkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen bisa mendorong iklim usaha yang sehat serta mendorong lahirnya perusahaan yang tangguh dalam menghadapi persaingan yang ada dengan menyediakan barang/jasa yang berkualitas. Serta dapat meningkatkan harkat dan martabat konsumen yang pada gilirannya akan meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan, serta menumbuhkembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab untuk tidak melakukan perbuatan yang dapat merugikan konsumen. Secara umum bentuk perlindungan konsumen terbagi dua, yaitu perlindungan konsumen secara preventif dan secara kuratif/represif. Perlindungan konsumen secara preventif dilakukan dengan 2 cara, yaitu:

a. Perlindungan dengan regulasi

Istilah regulasi sendiri adalah terjemahan dari self regulation, artinya rangkaian prinsip-prinsip tentang tingkah laku dan perilaku bisnis dalam melakukan kegiatan perdagangan termasuk memproduksi, distribusi dan pemasaran yang dilakukan oleh kalangan dan kelompok bisnis tertentu. Dengan adanya aturan regulasi bisnis, maka kalangan bisnismen, produsen, distributor dan pihak-pihak lain yang terkait seperti konsultan, biro periklanan, profesi dokter, farmasi, pedagang dan lainnya terkait oleh aturan regulasi yang merupakan bentuk pengawasan dan kontrol terhadap kegiatan bisnisnya. (Nasution, AZ. 2002:22) bermacam-macam kode etik bisnis dan asosiasi-asosiasi bisnis seperti kode etik industri farmasi, kode etik industri periklanan, kode etik industri penerbitan, kode etik industri makanan, dan masih banyak yang lain. Kemudian dipertanyakan apakah regulasi bisnis merupakan etika bisnis yang diakui oleh masyarakat, negara, agama dan lainnya, pertanyaan lain apakah regulasi bisnis sudah dapat melindungi konsumen dari bahaya produksi, teknologi yang dipergunakan dan keamanan penggunaannya baik terhadap kesehatan maupun lingkungan hidup.

2. Perlindungan Hukum Represif

Menurut Satjipto Rahardjo dalam bukunya yang berjudul Ilmu Hukum, perlindungan hukum adalah “Memberikan pengayoman terhadap hak asasi manusia (HAM) yang dirugikan orang lain dan perlindungan itu diberikan kepada masyarakat agar dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum”.¹⁷ Tujuan hukum dari perlindungan hukum represif adalah untuk menyelesaikan sengketa. Penanganan dalam menyelesaikan sengketa tersebut dilakukan oleh badan peradilan yang berwenang baik secara absolut maupun relatif. Penyelesaian sengketa dapat dilakukan dengan litigasi dan non litigasi. Penyelesaian sengketa dengan litigasi diselesaikan melalui Pengadilan dan penyelesaian sengketa non litigasi dengan dibentuk Badan Perlindungan Konsumen Nasional, Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, dan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen.

Badan Perlindungan Konsumen Nasional untuk mengembangkan upaya perlindungan konsumen dibentuk badan tersebut. Salah satu tugas Badan Perlindungan Konsumen Nasional adalah memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah dalam rangka menyusun kebijaksanaan di bidang perlindungan nasional. Hukum perlindungan konsumen merupakan bagian dari hukum konsumen yang memuat kaidah yang bersifat mengatur dan melindungi kepentingan konsumen. Segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen merupakan pengertian dari perlindungan konsumen berdasarkan pada Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Kepastian hukum yang diberikan kepada konsumen antara lain meningkatkan harkat dan martabat konsumen serta membuka akses informasi tentang barang dan atau jasa, serta pengembangan sikap pelaku usaha yang jujur dan bertanggung jawab. Perlindungan konsumen yang dijamin oleh Undang-Undang

ini adalah kepastian hukum terhadap segala perolehan kebutuhan konsumen. Kepastian hukum mencakup pemberdayaan konsumen dalam memperoleh atau membela hak-haknya apabila dirugikan oleh pelaku usaha dalam penyedia kebutuhan konsumen tersebut.²¹ Inti sari yang dapat disimpulkan bahwa hukum perlindungan konsumen merupakan keseluruhan asas dan kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungannya masalah penyediaan dan penggunaan barang antar penyedia dan penggunaannya.

Prinsip dari perlindungan hukum di Indonesia ialah prinsip tentang pengakuan serta proteksi kepada harkat serta martabat insan yang berasal dari Pancasila. Tentang aturan yang telah diteliti, perlindungan dari hukum adalah perlindungan hukum secara preventif serta perlindungan hukum secara represif. Tujuan dari perlindungan hukum secara preventif adalah mencegah adanya perselisihan dan tujuan dari perlindungan hukum secara represif adalah kebalikannya, berguna menuntaskan suatu perselisihan. Pada transaksi dengan perantara media online situasi paling tak diharapkan ialah saat adanya kerugian di pihak pembeli. Saat pembeli menerima suatu kerugian, pembeli berhak mengklaim ganti rugi. Ketentuan dari ganti rugi tersebut aturannya ada di Pasal 4 huruf h UUPK yang menjelaskan bahwasannya konsumen atau pembeli mempunyai hak mendapatkan sebuah kompensasi, penggantian atau ganti rugi, bila jasa atau barang saat didapat tak seperti sebagaimana mestinya atau tidak sama seperti perjanjian. Pengusaha atau penjual diharuskan bertanggung jawab akibat kerugian yang diterima pembeli. Perihal tanggung jawab penjual atau pedagang kepada pembeli yang rugi aturannya ada pada Pasal 19 UUPK.

Hadjon mengatakan bahwa perlindungan hukum secara preventif adalah suatu perlindungan hukum yang rakyatnya diberi keleluasaan untuk memberikan pendapatnya maupun keberatannya sebelum putusan dari pihak berwenang mendapatkan bentuk administrasi. Perlindungan hukum secara preventif adalah perlindungan kepada rakyat dengan tujuan mencegah sengketa atau permasalahan. Karena itu, sengketa di transaksi online perlu sebuah pencegahan agar memberi perlindungan terhadap pembeli. **(Hadjon, P. M. 1993 : 17)** dan pembeli. Usaha perlindungan hukum secara represif di transaksi online bisa ditempuh dengan non litigasi maupun litigasi. Upaya hukum melalui Non Litigasi. Pasal 39 ayat (2) Undang-undang ITE dijelaskan bahwa selain penanganan gugatan perdata seperti maksud ayat (1), maka penyelesaian sengketa para pihak-pihak bisa menggunakan arbitrase, ataupun lembaga penyelesaian sengketa pilihan sebagaimana aturan dari peraturan Undang-undang. Transaksi jual-beli online penyelesaian sengketa dari perbuatan yang melanggar hukum dapat juga dilakukan dengan cara non litigasi, yaitu adaptasi dari perjanjian di antara para pihak seperti yang sudah disepakati diperjanjian transaksi yang dilaksanakan secara online itu. **(Sugeng, B., & Sujayadi, 2012 : 20)** berbunyi: "Tiap konsumen yang merasa merugi bisa menggugat pengusaha tersebut melalui lembaga yang ditugaskan menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen ataupun melalui peradilan yang berada dilingkungan peradilan umum". Penyelesaian sengketa konsumen bisa ditempuh jalur pengadilan maupun diluar peradilan tergantung dari yang dipilih sukarela oleh pihak-pihak bersangkutan. Penyelesaian sengketa diluar dari pengadilan seperti yang dimaksud oleh ayat (2), tidak menghilangkan tanggung jawab pidana seperti yang diatur dalam Undang-undang. Bila sudah terpilih upaya dari penyelesaian sengketa konsumen di luar dari peradilan, maka gugatan menggunakan peradilan hanya bisa dilakukan jika usaha menyelesaikan sengketa diluar peradilan diputuskan tidak berhasil dari pihak terkait dan oleh para pihak yang saling berselisih.

Secara umum bentuk perlindungan konsumen terbagi dua, yaitu perlindungan konsumen secara preventif dan secara kuratif/represif. Perlindungan konsumen secara preventif dilakukan dengan 2 cara, yaitu:

a. Perlindungan dengan regulasi

Istilah regulasi sendiri adalah terjemahan dari self regulation, artinya rangkaian prinsip-prinsip tentang tingkah laku dan perilaku bisnis dalam melakukan kegiatan perdagangan termasuk memproduksi, distribusi dan pemasaran yang dilakukan oleh kalangan dan kelompok bisnis tertentu. Dengan adanya aturan regulasi bisnis, maka kalangan bisnismen, produsen, distributor dan pihak-pihak lain yang terkait seperti konsultan, biro periklanan, profesi dokter, farmasi, pedagang dan lainnya terkait oleh aturan regulasi yang merupakan bentuk pengawasan dan kontrol terhadap kegiatan bisnisnya, aturan itu adalah Pertama, dikendalikan oleh hukum yang berlaku dan diterapkan oleh pejabat yang berwenang. Kedua, dikendalikan oleh regulasi sendiri kalangan usaha atau profesi, dengan pentaatannya dijalankan oleh badan atau lembaga yang dibentuk oleh kelompok/ usaha/ profesi, berdasarkan ketentuan dalam regulasi sendiri masing-masing. Melalui regulasi ini kemudian muncul bermacam-macam kode etik bisnis dan asosiasi-asosiasi bisnis seperti kode etik industri farmasi, kode etik industri periklanan, kode etik industri penerbitan, kode etik industri makanan, dan masih banyak yang lain. Kemudian dipertanyakan apakah regulasi bisnis merupakan etika bisnis yang diakui oleh masyarakat, negara, agama dan lainnya, pertanyaan lain apakah regulasi bisnis sudah dapat melindungi konsumen dari bahaya produksi, teknologi yang dipergunakan dan keamanan penggunaannya baik terhadap kesehatan maupun lingkungan hidup.

Setiap masyarakat secara sosiologis memiliki budaya, agama dan kebiasaannya sendiri yang menjadi ciri khas suatu komunitas. Aturan dan nilai yang ada memiliki dimensi yang sangat luas baik menyentuh kehidupan berpolitik, bermasyarakat, bekerja sampai pada kegiatan ekonomi. Satu contoh ada komunitas tertentu tidak boleh memakan atau mengkonsumsi makanan tertentu maka kegiatan ekonomi yang melakukan regulasi bisnis dengan unsur makanan yang dilarang akan melahirkan benturan dan bertentangan dengan aturan tersebut.

b. Perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha

Pelaku usaha dilarang memproduksi dan atau memperdagangkan barang dan atau jasa yang:

- 1) tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;
- 2) tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label etiket barang tersebut;
- 3) tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
- 4) tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan atau jasa tersebut;
- 5) tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan atau jasa tersebut;
- 6) tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan atau jasa tersebut; tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan atau pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;
- 7) tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan halal yang dicantumkan pada label;

- 8) tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat.
- 9) tidak mencantumkan informasi dan atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku. (Shidarta : 172-173)

c. Perlindungan dengan self regulation

Self regulation merupakan kemampuan menghasilkan pikiran, perasaan dan tindakan, merencanakan dan mengadaptasikan secara terus-menerus untuk mencapai target atau tujuan. Menurut Bandura regulasi diri merupakan kemampuan mengatur tingkah laku dan menjalankan tingkah laku tersebut sebagai strategi yang berpengaruh terhadap perfomansi seseorang mencapai tujuan atau prestasi sebagai bukti peningkatan. **(Lisy Chairani & Subandi, 2010 :14)** Menurut Zimmerman yang dikutip oleh Fitria Dwi Rizanti dalam skripsinya, *self regulation* berkaitan dengan bagaimana individu mengaktualisasikan dirinya dengan menampilkan serangkaian tindakan yang ditujukan pada pencapaian target.³⁰ Dalam pencapaian target tersebut mengacu pada pikiran, perasaan dan tingkah laku dalam membuat suatu perencanaan terarah.

Upaya lain dalam perlindungan konsumen adalah pengaturan mandiri oleh pelaku usaha di dalam badan usahanya, dengan jalan menetapkan dan memberlakukan sendiri peraturan internal di dalam badan usaha tersebut. Sebagai contoh dapat dikemukakan pengaturan internal sebuah industry mengenai hal-hal yang wajib dilakukan pada berbagai tahap dalam proses produksi tersebut. Dalam manajemen produksi, proses ini disebut sebagai proses pengendalian mutu. Penetapan dan pemberlakuan peraturan internal badan usaha ini, pada gilirannya selain dapat melindungi konsumen dari barang dan/atau jasa yang dapat menimbulkan kerugian, juga akan memberi manfaat kepada pelaku usaha karena barang dan/atau jasa yang dihasilkannya akan terjamin keamanannya apabila dikonsumsi atau dimanfaatkan oleh konsumen. Keamanan barang dan/atau jasa ketika dikonsumsi atau dimanfaatkan oleh konsumen tentu akan memberikan efek positif pada kegiatan promosi barang dan/atau jasa yang dilakukan oleh pelaku usaha. Artinya, semakin tinggi tingkat keamanan suatu barang dan/atau jasa, semakin tinggi pula kemungkinan barang dan/atau jasa tersebut dibeli oleh konsumen.

Zimmerman yang dikutip oleh M. Ghufro dan Rini Risnawita dalam bukunya yang berjudul *Teori-Teori Psikologi* mengungkapkan bahwa jika pemikiran dan tindakan kita berada di bawah kontrol kita, bukan dikontrol orang lain dan kondisi di sekitar kita, kita dikatakan individu yang mengatur diri. Individu yang memiliki kemampuan selfregulation yaitu individu yang memiliki aspek dari *self-regulation*, yaitu:

- a) Metakognisi adalah kemampuan individu dalam merencanakan, mengorganisasi atau mengatur, menginstruksikan diri, memonitori dan melakukan evaluasi dalam aktivitas belajar.
- b) Motivasi merupakan fungsi dari kebutuhan dasar untuk mengontrol dan berkaitan dengan perasaan kompetensi yang dimiliki setiap individu. Dengan adanya motivasi ini individu lebih memiliki pendorong atau motivasi intrinsik, otonomi, dan kepercayaan diri tinggi terhadap kemampuan dalam melakukan sesuatu, sehingga individu dapat mencapai target serta tujuan yang telah ditetapkan.

- c) Perilaku merupakan upaya individu untuk mengatur diri, menyeleksi, dan memanfaatkan lingkungan maupun menciptakan lingkungan yang mendukung aktivitas belajar.

Berdasarkan hasil uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa regulasi diri (self regulation) memiliki tiga aspek yang ada di dalamnya yaitu metakognisi, motivasi, dan perilaku. Siswa yang diasumsikan termasuk kategori "self-regulated" adalah siswa yang aktif dalam proses belajarnya, baik secara metakognitif, motivasi, maupun perilaku. Mereka menghasilkan gagasan, perasaan, dan tindakan untuk mencapai tujuan belajarnya. Secara metakognitif mereka bisa memiliki strategi tertentu yang efektif dalam memproses informasi. Sedangkan motivasi berbicara tentang semangat belajar yang sifatnya internal.

Adapun perilaku ditampilkannya adalah dalam bentuk tindakan nyata dalam belajar. Product liability merupakan tanggung jawab secara hukum dari orang atau badan yang menghasilkan suatu produk atau dari orang atau badan yang bergerak dalam suatu proses untuk menghasilkan suatu produk atau dari orang atau badan yang menjual atau mendistribusikan produk tersebut. Seorang konsumen yang merasa dirugikan atas pengonsumsiannya suatu barang atau jasa dapat menggugat pihak yang menimbulkan kerugian tersebut. Pihak tersebut bisa berarti produsen, supplier, pedagang besar, pedagang eceran maupun pihak yang memasarkan produk.³³ Pertanggung jawaban ini lebih dititik beratkan kepada produsen khususnya produsen yang mengedarkan garam yang diproduksinya dimana dalam pengedaran tersebut produsen harus bertanggung jawab atas produk yang dipasarkannya. Dasar dari Product liability adalah perbuatan melawan hukum, maka unsur yang harus dibuktikan oleh konsumen yaitu :

- a. Unsur perbuatan melawan hukum yang dilakukan oleh pelaku usaha;
- b. Unsur kerugian yang dialami oleh konsumen;
- c. Unsur adanya hubungan kausal antara unsur perbuatan melawan hukum dengan unsur kerugian tersebut

Berdasarkan sistem hukum yang menyatakan bahwa kedudukan konsumen sangat lemah dibandingkan produsen. Usaha untuk melindungi dan meningkatkan kedudukan konsumen adalah dengan menerapkan prinsip tanggung jawab mutlak (strict liability) dalam hukum tentang tanggung jawab produsen. Diberlakukannya prinsip strict liability dalam hukum tentang product liability tidak berarti pihak produsen tidak mendapatkan perlindungan. Produsen masih diberi kesempatan untuk membebaskan diri dari tanggung jawab dalam hal-hal tertentu yang dinyatakan dalam undang-undang. Prinsip tanggung jawab mutlak ini secara umum dapat digunakan untuk menjerat pelaku usaha khususnya produsen yang memasarkan produk yang merugikan konsumen.

Hak dan Kewajiban Konsumen dalam Melakukan Komplain

Istilah “Perlindungan Konsumen” berkaitan dengan perlindungan hukum. Oleh karena itu, perlindungan konsumen mengandung aspek hukum. Adapun materi yang mendapatkan perlindungan itu bukan sekadar fisik, melainkan terlebih-lebih hak-haknya yang bersifat abstrak. Dengan kata lain, perlindungan konsumen sesungguhnya identik dengan perlindungan yang diberikan hukum tentang hak-hak konsumen. Hak Konsumen sebagaimana tertuang dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang menyatakan bahwa: Hak Konsumen adalah:

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. Hak untuk memilih barang dan atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa-jasa yang digunakan;
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Dari berbagai macam hak yang telah dikemukakan diatas, hak-hak konsumen dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Hak atas kenyamanan dan keselamatan ini dimaksudkan untuk menjamin kenyamanan dan keselamatan konsumen pemakaian barang dan atau jasa yang didapatnya, sehingga konsumen dapat terhindar/terbebas dari kerugian (fisik maupun psikis) apabila mengkonsumsi suatu produk. Konsumen mempunyai hak untuk dilindungi karena mendapatkan kenyamanan terhadap barang ataupun jasa. Misalnya seperti makanan dan minuman yang sedang dikonsumsi itu harus aman bagi kesehatan konsumen dan masyarakat umumnya.
- b. Hal yang paling utama bagi para konsumen, guna mengetahui apa saja informasi terkait produk yang dibelinya. Produsen dilarang menutupi ataupun mengurangi informasi terkait produk maupun layanannya. Sebagai contoh apabila ada cacat atau kekurangan pada barang, produsen berkewajiban untuk memberi informasi kepada konsumen.
- c. Hak yang erat kaitannya dengan hak untuk mendapatkan informasi adalah hak untuk didengar. Ini disebabkan informasi yang diberikan pihak yang berkepentingan atau berkompeten sering tidak cukup memuaskan konsumen. Untuk itu, konsumen berhak untuk mengajukan permintaan informasi lebih lanjut.
- d. Ganti rugi dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Hak dan kewajiban akan selalu besanding, hubungan keduanya harus seimbang jadi selain memperoleh hak tersebut konsumen juga mempunyai kewajiban. Hak harus terpenuhi sedangkan kewajiban

harus dilaksanakan. Kewajiban konsumen dapat kita lihat dalam Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang menyatakan bahwa:

1. Kewajiban Konsumen adalah:
 - a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
 - b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
 - c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
 - d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Beberapa kewajiban konsumen yang harus dilaksanakan oleh konsumen, ketika konsumen tidak melaksanakan kewajibankewajibannya dan juga ketika kewajiban ini tidak dilaksanakan. Jika terjadi kerugian terhadap konsumen bukan menjadi tanggung jawab pelaku usaha. Kewajiban konsumen lainnya adalah beritikad baik, hal ini tertuju pada transaksi pembelian barang dan/atau jasa. Permasalahan ini tentu saja disebabkan karena bagi konsumen kemungkinan untuk dapat merugikan pelaku usaha melalui jalur pada saat melakukan transaksi dengan pelaku usaha. Selain beritikad baik dalam bertransaksi konsumen juga mempunyai kewajiban untuk membayar sesuai dengan nilai tukar yang sudah ditentukan dan konsumen harus beritikad baik dalam menjalankan proses transaksi tersebut. Kewajiban lainnya adalah mengikuti penyelesaian sengketa secara patut dan tepat, sesuai dengan ketentuan aturan hukum penyelesaian sengketa konsumen.

Dalam hal penjual menjual barang dengan spesifikasi yang tidak semestinya berarti penjual tidak memberikan konsumen hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa, Atas hal tersebut, konsumen juga berhak atas kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang yang diterima tidak sebagaimana mestinya, seperti ketika penjual menjual barang cacat tersembunyi.

Optimalisasi Komplain Atas Produk Cacat

Menurut Mudie & Cottam dalam Tjiptono dikutip dari Yessy & Lestari bahwa penanganan komplain secara efektif memberikan peluang untuk mengubah seorang pelanggan produk / jasa perusahaan yang puas (atau bahkan pelanggan abadi"). (Artanti, Yessy dan Ningsih, Lestari. 2010 : 66-74) Dalam kaitannya dengan complain, menurut Denham dalam Fandy Tjiptono mengidentifikasi tiga tipe pelanggan yaitu, *active complainers*, *inactive complainers*, dan *hyperactive complainers*.

- a. *Active complainers*, yakni mereka yang memahami haknya, asertif, percaya diri, dan tahu persis cara menyampaikan komplain. Bila ekspektasi mereka akan pelayanan dan nilai value tidak terpenuhi, mereka akan menyampaikan komplainnya ke perusahaan yang bersangkutan. Tipe pelanggan semacam ini, sangat berharga bagi perusahaan yang menyadarinya, karena mereka cenderung menginformasikan dan mencari solusi atas setiap komplain yang mereka rasakan. Dengan demikian perusahaan masih berpeluang untuk melakukan perbaikan dan memuaskan mereka.
- b. *Inactive complainers*, yakni mereka yang lebih suka menyampaikan keluhan kepada orang lain (teman, keluarga, rekan kerja) daripada langsung kepada perusahaan yang bersangkutan. Mereka cenderung langsung berganti pemasok dan tidak pernah kembali lagi ke perusahaan yang mengecewakan mereka. Dengan demikian, peluang perbaikan bagi perusahaan praktis tidak ada.
- c. *Hyperactive complainers*, yaitu mereka yang selalu komplain terhadap apa pun. Tipe ini bisa disebut *chronic complainers* yang kadang kala berlaku kasar dan agresif. Mereka ini hampir tidak mungkin dipuaskan karena tujuan komplain nya lebih dilatarbelakangi keinginan untuk mencari "untung".

Pertanggung Jawaban Pelaku Usaha Atas Produk Cacat

Secara umum, prinsip-prinsip pertanggungjawaban dalam hukum dapat dibedakan menjadi 5 prinsip yakni :

- a) prinsip tanggung jawab berdasarkan unsur kesalahan prinsip tanggung jawab (*liability based on fault*).
- b) praduga selalu bertanggung jawab (*presumption of liability*)
- c) prinsip tanggung jawab praduga selalu tidak bertanggung jawab (*presumption of nonliability*)
- d) prinsip tanggung jawab mutlak (*strict liability*)
- e) pembatasan tanggung jawab (*limitation of liability*)

Tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen terkait cacat tersembunyi pada barang elektronik dalam transaksi online termasuk prinsip tanggung jawab mutlak (*strict liability*) atau dikenal dengan Product Liability. Prinsip tanggung jawab mutlak dalam hukum perlindungan konsumen digunakan untuk menjerat pelaku usaha yang merugikan konsumen dalam memasarkan produknya. Tanggung jawab mutlak (*strict liability*) merupakan tanggung jawab pelaku usaha wajib untuk memberikan ganti rugi atas kerugian yang diderita konsumen akibat mengonsumsi barang yang dijualnya.

Mengacu pada ketentuan Pasal 1504 jo. Pasal 1506 KUHPer penjual harus menanggung barang cacat tersembunyi baik mengetahui atau tidak mengetahui cacat tersembunyi itu. Akan tetapi berdasarkan ketentuan pasal 1505 KUHPer bahwa apabila cacat tersembunyi tersebut dapat dilihat dari luar pembeli atau dapat diketahui oleh pembeli maka penjual tidak berkewajiban untuk menanggung cacat tersembunyi. Dalam hal penjual mengetahui cacat tersembunyi tersebut, maka penjual harus mengembalikan uang harga pembelian serta mengganti segala biaya, kerugian dan bunga kepada pembeli sebagaimana diatur Pasal 1508 KUHPer. Akan tetapi, jika penjual tidak mengetahui adanya cacat tersembunyi itu, maka penjual hanya berkewajiban untuk mengembalikan harga pembelian dan mengganti biaya penyelenggaraan dan penyerahan barang tersebut yang sebagaimana diatur dalam Pasal 1509 KUHPer.

Pengertian Komplain Atas Produk Cacat

Pengertian Komplain diartikan sebagai sesuatu yang tidak menyenangkan atau sesuatu yang mengganggu. Chartered management Institute mendefinisikan komplain sebagai suatu ungkapan kurang puas akan produk atau pelayanan baik lisan maupun tulisan dari pelanggan internal dan eksternal (LAN dan BPKP, 2010 : 12) Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka (Philip Kotler dan Kevin L. Keller, 2006:155)

Perilaku komplain konsumen adalah perilaku kurang puas yang dilontarkan oleh konsumen akibat dari ketidakpuasan yang dialami pada saat memilih, membeli, atau menggunakan barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Perilaku komplain konsumen adalah sebuah fenomena sangat penting yang harus dipahami oleh manajer karena dampaknya berhubungan langsung dengan konsumen. Komplain dari konsumen tidak selalu negatif karena komplain dari konsumen merupakan wujud perhatian mereka pada produk atau jasa dari perusahaan. Konsumen yang melontarkan komplain bukan berarti bahwa mereka tidak menyukai produk dan jasa perusahaan, tetapi bisa jadi karena mereka sangat menyukai produk tersebut sehingga mereka berharap dengan komplain itu produk dan jasa perusahaan bisa semakin bermutu. Dengan penyikapannya yang benar pada respon konsumen sebuah perusahaan jasa maupun produksi akan bisa lebih memahami keinginan konsumen dan memuaskan keinginan mereka yang berarti akan meningkatkan pendapatan perusahaan. Selain itu komplain juga memberikan wawasan bagi manajer maupun perusahaan untuk mengidentifikasi masalah yang dialami konsumen, meningkatkan layanan yang lebih memuaskan dan berkualitas, membantu perencanaan strategis, dan terutama untuk memahami apa yang dirasakan oleh konsumen. mengatakan bahwa komplain memberikan kesempatan bagi konsumen diantaranya, menerima permintaan maaf dari perusahaan, menawarkan solusi dari sebuah masalah, diperlakukan dengan sopan dimana konsumen merasa komplainnya dihargai, dan menawarkan beberapa nilai tambah sebagai ganti rugi atas pelayanan yang buruk.

Layanan Bukalapak66

a. Platform

Bukalapak menyediakan Platform bagi Pengguna untuk melakukan penjualan, promosi, mengunggah konten, serta melakukan pembelian barang yang sesuai dengan Aturan Penggunaan Bukalapak dengan alamat Situs resmi www.bukalapak.com dan beserta aplikasi Bukalapak (berbasis Android dan iOS) yang dapat diakses melalui perangkat komputer dan/atau perangkat seluler Pengguna. Sebagai pihak penyedia Platform, Bukalapak tidak hanya berperan sebagai penjual barang, melainkan sebagai media perantara bagi penjual dan Pembeli untuk melakukan transaksi melalui Platform Bukalapak. Mohon untuk melihat point tentang pembebasan tanggung jawab. Bukalapak berhak untuk menghapus setiap Konten atau informasi yang diunggah oleh Pengguna baik Konsumen maupun Pelaku Usaha di Platform Bukalapak apabila dianggap perlu Keputusan Bukalapak merupakan keputusan mutlak yang tidak dapat diubah/digugat oleh Pengguna.

b. Buka Bantuan

Buka Bantuan merupakan layanan yang disediakan oleh Bukalapak untuk memfasilitasi penyelesaian masalah dalam hal tidak terbatas ketika masalah transaksi antara Pembeli dan Pelapak (Penjual), pelanggaran Hak Kekayaan Intelektual, pelaporan pelanggaran produk,

dan lain-lain. Melalui layanan BukaBantuan, Pengguna dapat mengajukan keluhan mengenai segala hal terkait dengan transaksi di Bukalapak yang berhubungan dengan Fitur/Produk, cara pembayaran, jasa pengiriman, cara retur barang dan lain-lain. Ada berbagai jenis komplain pelanggan yang umum terjadi, mulai dari komplain terhadap kualitas produk/jasa sampai berkaitan dengan pelayanan pelanggan. Berikut ini penjelasan beberapa jenis komplain pelanggan:

1. Komplain Mekanik (Mechanical Complaints), Komplain pelanggan jenis ini muncul karena adanya kesalahan yang berkaitan dengan kerja mesin. Contohnya, pada perlengkapan bank bisa berupa mesin ATM rusak yang tidak bisa digunakan oleh nasabah.
2. Komplain Sikap (Attitudinal Complaints), Jenis komplain pelanggan selanjutnya adalah komplain sikap. Keluhan jenis ini muncul karena kinerja buruk seorang staf atau karyawan selama melayani pelanggan. Komplain jenis ini didasari pada kekecewaan pelanggan terhadap pelayanan.
3. Komplain yang Berhubungan dengan Sistem Pelayanan (Service-Related Complaints), Jenis komplain yang ketiga ini terjadi karena buruknya sistem pelayanan yang diberikan. Misalnya, pada sebuah restoran, pelanggan harus menunggu lama karena proses produksi makanan yang tidak efektif dan efisien.
4. Komplain Tidak Biasa (Unusual Complaints), Yang terakhir adalah komplain tidak biasa. Keluhan jenis ini muncul karena hal-hal yang mungkin tidak terpikirkan sebelumnya, tapi diinginkan oleh pelanggan. Misalnya, pada sebuah hotel, pihak manajemen tidak menyediakan kamar khusus rokok.

Setelah memahami jenis dan faktor pemicu komplain pelanggan, berikutnya yang perlu diketahui adalah cara mengatasinya. Sebagaimana berikut :

1. Tetap Tenang, dalam menanggapi keluhan pelanggan, hal pertama yang perlu kamu lakukan adalah menjaga ketenangan. Alih-alih memberikan reaksi negatif yang tidak akan memuaskan pelanggan, kamu bisa meluangkan waktu sejenak untuk berpikir jernih. Jangan sampai terpancing emosi dan pikirkan dengan baik bagaimana memuaskan keluhannya.
2. Dengarkan dengan Baik, selanjutnya, kamu perlu mendengarkan keluhannya dengan baik. Jika komplain dilakukan secara langsung, tataplah matanya. Beri perhatian secara serius dan fokus, lalu pahami apa yang menjadi masalahnya dan apa yang kemudian diinginkannya. Setelah pelanggan menyampaikan uneg-unegnya, rangkum dengan baik dan ucapkan kembali. Ini penting untuk menunjukkan bahwa kamu telah mendengarkan dan memahami keluhannya. Satu hal yang tak kalah penting ketika mendengarkan dan berbicara kepada pelanggan, adalah dengan menyebut namanya sehingga akan menciptakan kesan kedekatan, tanpa mengurangi rasa hormat.
3. Tunjukkan Simpati, kamu juga sebaiknya menunjukkan rasa simpati ketika menghadapi pelanggan yang tidak puas. Berpikirlah seperti kamu yang berada di posisi mereka. Bahasa tubuh yang baik memiliki peran yang penting pada waktu-waktu seperti ini. Eye contact, berdiri atau duduklah dalam posisi yang baik.
4. Meminta maaf, memberikan permintaan maaf adalah hal terpenting dalam merespons keluhan. Meskipun tidak memastikan masalah selesai dengan baik, setidaknya kamu telah berusaha meminta maaf atas ketidaknyamanan, kesalahan, dan berkomitmen untuk tidak mengulangi kesalahan di masa yang akan datang. Jika situasinya tepat, sampaikan permohonan maaf diiringi dengan senyum yang tulus. Permintaan maaf juga bisa dibarengi dengan pemberian hadiah atau penawaran lainnya.

5. Memberikan Solusi, Jika sudah memahami apa yang menjadi keluhan pelanggan, hal selanjutnya yang bisa lakukan adalah menawarkan solusi. Solusi dalam hal ini, sebaiknya berupa jalan tengah yang bisa menguntungkan kedua belah pihak, baik pihakmu maupun pihak pelanggan. Pada kasus yang ada Bukalapak selalu memberikan bantuan dan/atau pendampingan untuk pihak konsumen yang dirugikan oleh oknum yang tidak bertanggung jawab, Bukalapak memberikan dukungan penuh kepada konsumen yang mengalami kerugian dan mengawal proses hukum hingga selesai.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian dari BAB I sampai dengan BAB IV, penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut:

Pasal 1506 KUHPer penjual harus menanggung barang cacat tersembunyi baik mengetahui atau tidak mengetahui cacat tersembunyi itu.

1. Pengaturan perlindungan konsumen menurut perundangundangan dibagi menjadi 2 (dua) yaitu :
 - a. Preventif adalah regulasi yang terdiri dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Pasal 3 (tiga) yang mengatur tentang perlindungan konsumen, Undang-Undang dan didalam perlindungan secara preventif terdapat self regulation yang mengacu pada aturan masing-masing perusahaan, aturan asosiasi dan/atau profesi.
 - b. Represif (Kuratif) Tujuan hukum dari perlindungan hukum represif adalah untuk menyelesaikan sengketa yang terdiri dari, diluar pengadilan (*Alternative Dispute Resolution*), Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen, Pengadilan (Litigasi).

Aspek hukum yang berlaku dalam transaksi jual beli secara online terutama dalam upaya untuk melindungi konsumen, adanya Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan ketentuanketentuan yang mengakomodasi tentang perdagangan elektronik yang merupakan salah satu ornament utama dalam bisnis. pada pasal 38 ayat 1 yang menyatakan bahwa: "Setiap Orang dapat mengajukan gugatan terhadap pihak yang menyelenggarakan Sistem Elektronik dan/atau menggunakan Teknologi Informasi yang menimbulkan kerugian." Dengan demikian konsumen dapat mengajukan gugatan ganti rugi kepada pihak penyelenggara atau pelaku usaha bisnis secara online yang mengakibatkan adanya kerugian pada konsumen.

2. Kebijakan self regulation pada platform Bukalapak Konsumen yang mengalami permasalahan komplain tentang produk cacat dapat melakukan komplain pada aplikasi Buka bantuan dengan ketentuan yang berlaku pada setiap pembelian online dan yang memenuhi standar syarat komplain langkah-langkah yang wajib dilakukan oleh konsumen Bukalapak pada halaman utama konsumen perlu mengklik ikon transaksi, dan lihat detail pada transaksi yang ingin diajukan komplain, lalu pilih alasan pengajuan komplain, konsumen akan diarahkan ke halaman komplain, konsumen juga harus memberikan bukti yang sah saat ingin melakukan komplain guna memastikan konsumen benar membeli barang pada aplikasi Bukalapak. Jika komplain sudah berhasil dilakukan maka pihak Bukalapak akan menghubungi konsumen melalui email dalam kurun waktu 1 x 24 jam.
3. Bukalapak dapat meningkatkan keterlibatan konsumen dan evaluasi penilaian komplain agar mencapai suatu peningkatan yang baik untuk platform Bukalapak sendiri dengan cara konsumen memberikan rating kepada *customer service* atas penanganan keluhan komplain yang telah ditanggapi untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen demi optimalisasi komplain yang lebih baik untuk platform Bukalapak itu sendiri.

SARAN

Permasalahan dalam hal ini pemerintah berkewajiban memberikan pemahaman tentang peraturan yang sudah ada yaitu Peraturan Pemerintah Tentang Badan Perlindungan Konsumen Nasional yang terdapat pada Pasal 1 ayat (3) : Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.

Dalam hal ini Bukalapak memberikan ruang untuk konsumen dan pelaku usaha melakukan komplain dan transaksi dengan mudah, adanya penambahan fitur komplain barang cacat dan adanya pemberitahuan ketika barang yang dibeli konsumen sampai dilokasi transit dan/atau yang dituju adanya discount voucher pada setiap pembelian barang dibukalapak agar biaya ongkos kirim tidak terlalu mahal untuk konsumen dan perlunya penambahan penilaian kepuasan konsumen untuk meningkatkan kepuasan konsumen untuk meningkatkan kinerja Bukalapak agar terciptanya optimalisasi complain yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- A.Z. Nasution, 2014, Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia, PT. Citra Adiya Bakti, Bandung.
- Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo. 2014. Hukum Perlindungan Konsumen, Rajawali Pers, Jakarta.
- Ali, M. A., 2014, Analisis Optimalisasi Pelayanan Konsumen Berdasarkan Teori Antrian pada Kaltimgps.Com di Samarinda, Ejournal Ilmu Administrasi Bisnis.
- Ardian Sutedi, 2008, Tanggung Jawab Produk dalam Hukum Perlindungan Konsumen, Ghalia Indonesia, Bogor.
- Atihudin, Didin dan Firmansyah, M.A. 2019. Pemasaran Jasa Strategi, Mengukur Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan, Deepublish, Yogyakarta.
- Bastian Bustami, Nurlela, 2007, Akuntansi Biaya, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Bell, S.J., dan Luddington, J.A. 2006, Coping With Customer Complaints, Journal of Service, Sage Publications.
- Bernard Arief Sidharta, 2020, Refleksi Tentang Struktur Ilmu Hukum, Mandar Maju, Bandung.
- Celina Tri Siwi Kristiyanti, 2011, Hukum Perlindungan Konsumen, cet. III, Sinar Grafika, Jakarta.
- Daryanto dan Setyobudi, I. 2014. Konsumen dan Pelayanan Prima, Gava Media, Yogyakarta.
- Endah, S. 2001, Akuntansi biaya. edisi Indonesia, salemba empat, Jakarta.
- Fandi, Tjiptono. 2014. Service, Quality & Satisfaction. Edisi 3. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono, 2008, Strategi Pemasaran, Andi Offset, Yogyakarta.
- Gulo, W. 2003. Metodologi Penelitian, Grasindo, Jakarta.
- Hansen & Mowen, 2001, Manajemen Biaya. In Benyamin Molan (Ed.) (2 ed, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Happy Susanto, 2008, Hakhak Konsumen Jika Dirugikan, Transmedia Pustaka, Jakarta.
- J. Setiadi, Nugroho. 2008, Perilaku Konsumen Edisi Revisi, Cetakan Pertama, Penerbit Kencana, Jakarta.
- Kholmi, M., dan Yuningsih, 2009, Akuntansi biaya, UMM, Malang.
- LAN dan BPKP, 2010, Akuntabilitas dan Good Governance. Modul 1, Akip, Jakarta.
- Lisya Chairani & Subandi, 2010, Psikologi Santri Penghafal AlQur'an: Peranan Regulasi Diri, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.

Majid, S.A. 2009. *Customer Service Dalam Bisnis Jasa Transportasi*. Rajawali. Pers, Jakarta.
Munir Fuady, *Pengantar Hukum Bisnis Pranata Bisnis Moderen di Era Global*, Cetakan ke 3, 2008, PT Citra Aditya Bakti, Bandung.

Mursyidi, 2008, *Akuntansi biaya*. Cetakan pertama, PT. Refika Aditama, Bandung.

Nasution, AZ. 2002, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Diadit Media, Jakarta. Onno W. Purbo, 2001,

Mengenai Electronic Commerce, PT Elex Media Komputindo, Jakarta.

Philip Kotler dan Kevin L. Keller, 2006, *Manajemen Pemasaran edisi ke 12 Jilid ke 1*, Indeks, New Jersey.

Philipus M. Hadjon, 2011, *Pengantar Hukum Administrasi Negara*, Gajah Mada University Press, Yogyakarta.

Philipus M. Hardjon, 1987, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*, Surabaya, Bina Ilmu.

Poerwadarminta, W. J. S., 1997, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka.

Jurnal

Bagus Hanindy Mantri, 2007, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi E-Commerce*, Tesis, UNDIP.

Eveline Wijaya & Jeane Neltje Saly, 2021, *Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha Terhadap Transaksi Pembelian Barang Adanya Cacat Tersembunyi Oleh Konsumen (Studi Putusan Nomor Perkara 77/PDT/2018/PT.DKI)*, *Jurnal Hukum Adigama Volume 4 Nomor 1*, Universitas Tarumanagara Jakarta.

Fitria Dwi Rizanti, 2013, "Hubungan antara Self-Regulated Learnig dengan Prokrastinasi Akademik dalam Menghafal Al-Qur'an pada Mahasiswa Ma'had Aly Masjid Nasional AlAkbar Surabaya," Skripsi, Universitas Negeri Surabaya, Surabaya,

Kholil, Muhammad, and Eri Dwi Prasetyo. 2017. "Tinjauan Kualitas Pada Aerosol Can Ø 65 X 124 Dengan Pendekatan Metode Six Sigma Pada Line ABM 3 Departemen Assembly." *SINERGI* 21.

M. Nur Ghufro, dan Rini Risnawita, 2011, *Teori-Teori Psikologi*, Ar-Ruzz Media. Yogyakarta.

Artanti, Yessy dan Ningsih, Lestari. 2010. "Pengaruh Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Nasabah PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk. dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Perantara". *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 14, No. 2.

Kholil, M., & Prasetyo, E. D, 2017, *Tinjauan Kualitas Pada Aerosol Can Ø 65 X 124 Dengan Pendekatan Metode Six Sigma Pada Line ABM 3*

Departemen Assembly, SINERGI Vol.21, No.1. Yulia Kristiana, 2018, *Pengaruh Pelatihan, Motivasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Di Kantor Bmd Syariah Wilayah Madiun*, Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Peraturan Perundangundangan

Pancasila dan Konstitusi Negara Undang-Undang Dasar 1945 Kitab Undang-undang Hukum Perdata Peraturan Bank Indonesia No. 22/20/PBI/2020 tentang Perlindungan Konsumen Bank Indonesia Undang-Undang RI Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Peraturan Bank Indonesia No. 22/20/PBI/2020 tentang Perlindungan Konsumen Bank Indonesia.

Internet

<https://seller.bukalapak.com/info/blog/seller-guide/119634-cara-tepat-menanggapi-komplain>