

**Keabsahan Hukum Perjanjian Jual Beli melalui Whatsapp Bisnis  
berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen**

**\*Alfatunisah<sup>1</sup>, Annisa Sativa<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Universitas Islam Negeri (UIN) Sumatera Utara Medan, Jl. William Iskandar Ps. V, Deli Serdang, Sumatera Utara, Indonesia  
\*alfatunisah0206211032@uinsu.ac.id

**ABSTRACT**

*The rise of digital technology has driven business actors to use WhatsApp Business as a platform for buying and selling transactions, which in turn increases the risk of breach of contract (wanprestasi) against consumers. This study aims to identify the causes of business actors' breach of contract through WhatsApp Business, analyze legal protection for consumers based on Law Number 8 of 1999 on Consumer Protection (UUPK), and evaluate the application of legal sanctions against business actors who commit breaches. The research uses a normative juridical approach, relying on statutory regulations, legal principles, and relevant literature, along with document-based analysis. The findings show that agreements made through WhatsApp can be legally binding if they meet the valid elements of a contract as stipulated in the Indonesian Civil Code (KUHPperdata). Consumers who suffer losses are entitled to protection and compensation in accordance with Article 19 of the UUPK, and business actors can be subjected to civil, administrative, or criminal sanctions if proven to have committed a breach. Transactions via WhatsApp Business fall within the scope of formal legal protection, and electronic evidence such as chats and payment proofs are legally admissible in court as guaranteed by the Electronic Information and Transactions Law (ITE Law).*

Perkembangan teknologi digital telah mendorong pelaku usaha menggunakan platform WhatsApp Bisnis dalam transaksi jual beli, namun hal ini juga meningkatkan risiko wanprestasi terhadap konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi penyebab wanprestasi oleh pelaku usaha dalam transaksi melalui WhatsApp Bisnis, menganalisis perlindungan hukum terhadap konsumen berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), serta mengevaluasi penerapan sanksi hukum terhadap pelaku usaha yang wanprestasi. Metode yang digunakan adalah pendekatan yuridis normatif dengan analisis terhadap peraturan perundang-undangan yang relevan, literatur hukum, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perjanjian melalui WhatsApp memiliki kekuatan hukum apabila memenuhi unsur sah perjanjian sebagaimana dalam KUHPperdata. Konsumen yang dirugikan berhak mendapatkan perlindungan dan kompensasi sesuai Pasal 19 UUPK, dan pelaku usaha dapat dikenai sanksi perdata, administratif, maupun pidana jika terbukti melakukan wanprestasi. Transaksi melalui WhatsApp Bisnis tetap berada dalam lingkup perlindungan hukum formal, dan bukti elektronik yang dihasilkan dapat digunakan dalam proses hukum sebagaimana dijamin dalam UU ITE.

**Kata Kunci:** *WhatsApp Bisnis, Wanprestasi, Perlindungan Konsumen, UUPK, Hukum Digital.*

## A. PENDAHULUAN

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi dan digitalisasi dalam dunia usaha, platform komunikasi seperti WhatsApp Bisnis semakin banyak dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk memasarkan produk dan berinteraksi langsung dengan konsumen. Kemudahan komunikasi ini membawa banyak manfaat, namun juga membuka peluang terjadinya penyalahgunaan dan pelanggaran terhadap hak-hak konsumen, termasuk dalam bentuk wanprestasi atau tidak dipenuhinya kewajiban pelaku usaha sesuai dengan perjanjian (Amalia D, 2012).

Namun, dalam praktiknya, masih banyak terjadi wanprestasi oleh pelaku usaha dalam Bisnis, sering kali terjadi berbagai bentuk wanprestasi oleh pelaku usaha. Misalnya, produk yang diterima oleh konsumen tidak sesuai dengan yang dijanjikan, baik dari segi kualitas, warna, maupun ukuran. Selain itu, ada pula kasus di mana barang yang telah dibayar oleh konsumen tidak dikirimkan sama sekali. Pelaku usaha juga kerap menyampaikan informasi yang tidak lengkap atau bahkan menyesatkan mengenai produk yang ditawarkan. Lebih jauh lagi, ketika terjadi ketidaksesuaian produk, pengembalian dana atau penukaran barang yang sebelumnya telah disepakati justru tidak dilaksanakan oleh pelaku usaha.

Fenomena ini mencerminkan rendahnya kepatuhan terhadap prinsip perlindungan konsumen dan menimbulkan kerugian baik secara materiil maupun immateriil bagi konsumen. Hal ini juga menunjukkan adanya tantangan dalam penegakan hukum perlindungan konsumen dalam transaksi digital. Oleh karena itu, penting untuk memperkuat kesadaran hukum pelaku usaha terkait tanggung jawabnya, serta memperjelas penerapan UUPK Perlindungan Konsumen dalam konteks transaksi digital, termasuk komunikasi melalui WhatsApp Bisnis. Ini juga menjadi dasar perlunya pembinaan, pengawasan, serta upaya hukum yang efektif untuk menjamin kepastian dan keadilan bagi konsumen di era digital (Kadir, 2021).

Contoh Kasus dari penelitan Rahmad Hidayat (2021) tentang "Keabsahan Perjanjian Jual Beli Secara Elektronik Melalui Aplikasi WhatsApp Ditinjau dari Hukum Perdata dan Perlindungan Konsumen." Seorang konsumen membeli baju dari sebuah online shop yang berjualan melalui WhatsApp Business. Penjual mengirimkan foto, harga, dan detail produk melalui WhatsApp. Konsumen menyetujui pembelian dan mentransfer uang ke rekening penjual. Setelah barang sampai, konsumen merasa bahwa barang yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi dan foto yang diberikan (warna berbeda, ukuran tidak sesuai). Konsumen meminta pengembalian dana, tetapi penjual menolak dengan alasan barang sudah dikirim sesuai pesanan. Permasalahan Hukum:

1. Apakah perjanjian jual beli melalui WhatsApp memiliki kekuatan hukum?
2. Apakah konsumen bisa menuntut haknya berdasarkan UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen?

3. Siapa yang bertanggung jawab atas ketidaksesuaian barang?

Penelitian ini menyatakan bahwa perjanjian melalui WhatsApp dapat dikategorikan sebagai perjanjian sah berdasarkan Pasal 1320 KUHPerdara, jika memenuhi unsur: kesepakatan, kecakapan, objek tertentu, dan causa yang halal. Perjanjian jual beli melalui WhatsApp dapat dianggap sah secara hukum, asalkan memenuhi unsur-unsur perjanjian. Selain itu, jika penjual memberikan informasi yang tidak benar atau menyesatkan, maka konsumen berhak mendapatkan perlindungan berdasarkan UU No. 8 Tahun 1999. WhatsApp sebagai media komunikasi dianggap sebagai bentuk

Perjanjian elektronik, yang juga dijamin oleh UU ITE No. 11 Tahun 2008.

Berbagai penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa transaksi jual beli melalui platform digital seperti WhatsApp membawa sejumlah tantangan terhadap perlindungan konsumen. Lestari (2021) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa konsumen kerap kali dirugikan oleh pelaku usaha yang tidak menepati janji, seperti tidak mengirimkan barang atau mengirimkan produk yang tidak sesuai deskripsi. Penelitian tersebut menyoroti bahwa rendahnya kesadaran etika bisnis serta kurangnya pemahaman hukum oleh pelaku usaha menjadi penyebab utama terjadinya wanprestasi. Sementara itu, Putra dan Sari (2022) dalam studi kasusnya menekankan pada lemahnya kekuatan hukum transaksi melalui WhatsApp akibat tidak adanya kontrak tertulis yang memadai, sehingga menyulitkan pembuktian dalam kasus wanprestasi. Selain itu, Handayani (2023) menambahkan bahwa rendahnya budaya pengaduan di kalangan konsumen juga menjadi hambatan dalam penegakan hak-hak konsumen, walaupun secara normatif perlindungan tersebut telah diatur dalam peraturan perundang-undangan.

Dari berbagai temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa permasalahan wanprestasi dalam transaksi digital, khususnya melalui WhatsApp, telah menjadi perhatian akademik. Namun, sebagian besar penelitian masih berfokus pada aspek umum perlindungan konsumen tanpa secara mendalam mengkaji struktur tanggung jawab hukum pelaku usaha dan penerapan sanksi berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut dengan mengkaji secara khusus penyebab wanprestasi, bentuk perlindungan hukum, serta penerapan sanksi terhadap pelaku usaha yang bertransaksi melalui WhatsApp Bisnis, agar mampu memberikan pemahaman yang lebih spesifik dan kontekstual terhadap dinamika perlindungan konsumen di era digital saat ini.

Beberapa penelitain terdahulu sebelumnya telah membahas berbagai aspek terkait hal tersebut Wanprestasi memenuhi prestasi atau kewajibannya sebagaimana disepakati dengan konsumen, seperti tidak mengirimkan barang, mengirim, atau menolak pengembalian barang yang rusak. Hal ini tentu bertentangan dengan ketentuan, dan menjamin mutu barang/jasa (Sari M, 2019). Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dikemukakan, tujuan dari penelitian ini adalah untuk: 1).

Menganalisis faktor-faktor penyebab terjadinya wanprestasi yang dilakukan oleh pelaku usaha terhadap konsumen dalam transaksi melalui WhatsApp Bisnis. 2).

Menjelaskan bentuk dan mekanisme perlindungan hukum terhadap hak-hak konsumen yang mengadakan kesepakatan dengan pelaku usaha melalui WhatsApp Bisnis berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). 3). Mengkaji penerapan sanksi hukum yang dapat dikenakan kepada pelaku usaha yang melakukan wanprestasi terhadap konsumen dalam transaksi melalui WhatsApp Bisnis menurut ketentuan dalam UUPK.

## **B. METODE**

Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif yang bertumpu pada analisis terhadap peraturan perundang-undangan, asas hukum, serta teori-teori hukum yang relevan dengan pokok permasalahan, yaitu wanprestasi pelaku usaha dalam transaksi melalui WhatsApp Bisnis dan perlindungan hukum terhadap konsumen berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan perundang-undangan (*statute approach*), di mana peneliti menelaah ketentuan hukum yang berkaitan, seperti KUHPdata, UU ITE, dan terutama UUPK sebagai dasar utama analisis.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari peraturan perundang-undangan yang menjadi rujukan utama, seperti UUPK dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Sementara itu, data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan, meliputi buku, jurnal ilmiah, artikel hukum, serta dokumen-dokumen hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan tema penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi pustaka (*library research*), yakni dengan menghimpun dan menelaah literatur serta ketentuan hukum yang relevan. Selain itu, dokumentasi juga digunakan sebagai teknik pengumpulan data untuk mengidentifikasi bukti-bukti yang mendukung permasalahan penelitian, seperti tangkapan layar percakapan di WhatsApp, bukti transfer, atau dokumen transaksi lain yang mengilustrasikan bentuk wanprestasi yang dilakukan oleh pelaku usaha.

Seluruh data yang terkumpul dianalisis menggunakan metode analisis yuridis normatif. Analisis ini dilakukan dengan cara menafsirkan dan mengkaji ketentuan hukum yang berlaku serta mengaitkannya dengan fakta atau ilustrasi kasus yang relevan, guna menjawab rumusan masalah dan menarik kesimpulan secara sistematis. Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan mampu memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi digital melalui WhatsApp Bisnis serta tanggung jawab hukum pelaku usaha yang melakukan wanprestasi.

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Penyebab Pelaku Usaha Melakukan Perbuatan Wanprestasi terhadap Konsumen Melalui Whatsapp Bisnis Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999

Terdapat kekeliruan yang perlu diluruskan terkait peraturan perundang-undangan. Undang-Undang yang secara khusus mengatur mengenai hak-hak konsumen adalah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, bukan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1995 yang justru mengatur tentang Pasar Modal. Adapun hak-hak konsumen sebagaimana tercantum dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 meliputi:

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam menggunakan barang dan/atau jasa, yakni hak konsumen untuk memperoleh produk yang tidak menimbulkan risiko terhadap fisik, jiwa, atau harta benda mereka. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta menerima barang/jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar, kondisi, dan jaminan yang telah dijanjikan. Konsumen memiliki kebebasan dalam memilih dan memperoleh produk sesuai spesifikasi yang ditawarkan.
- b. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang/jasa, termasuk keterangan mengenai harga, manfaat, risiko, serta tata cara penggunaannya.
- c. Hak untuk menyampaikan pendapat dan keluhan terhadap barang dan/atau jasa yang dikonsumsi, baik dalam bentuk kritik, saran, maupun pengaduan yang ditujukan kepada pelaku usaha atau lembaga perlindungan konsumen.
- d. Hak atas perlindungan, advokasi, dan penyelesaian sengketa secara wajar, yang mencakup hak konsumen untuk membawa permasalahan ke lembaga hukum, seperti Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) atau pengadilan.
- e. Hak atas edukasi dan pembinaan sebagai konsumen, yaitu hak untuk mendapatkan informasi dan pembelajaran agar mampu menjadi konsumen yang bijak dan kritis.

Berdasarkan ketentuan dalam Pasal 4 UU No. 8 Tahun 1999 tersebut, konsumen memiliki sejumlah hak yang secara hukum dijamin sebagai bentuk perlindungan dari kemungkinan penyalahgunaan kekuatan ekonomi oleh pelaku usaha. Pertama, konsumen dijamin haknya atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan saat menggunakan produk atau layanan, artinya barang atau jasa yang ditawarkan tidak boleh membahayakan kesehatan, keselamatan, maupun hak milik mereka. Kedua, konsumen memiliki hak untuk memilih serta memperoleh produk sesuai dengan nilai yang dibayarkan, kondisi, dan jaminan yang telah dijanjikan, sehingga pelaku usaha wajib memenuhi setiap ketentuan yang telah disepakati dalam transaksi.

Dengan adanya pengakuan hak-hak ini dalam hukum positif Indonesia, negara berupaya menempatkan konsumen dalam posisi yang seimbang terhadap pelaku usaha, sehingga dapat tercipta iklim perdagangan yang sehat dan adil.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan dampak yang signifikan dalam praktik perdagangan di Indonesia, termasuk dalam model interaksi antara pelaku usaha dan konsumen. Salah satu platform yang banyak digunakan dalam transaksi jual beli adalah WhatsApp Bisnis, yang menyediakan fitur komunikasi langsung antara penjual dan pembeli. Meskipun aplikasi ini memberikan kemudahan dalam bertransaksi, realitasnya tidak sedikit terjadi pelanggaran hak konsumen akibat wanprestasi yang dilakukan oleh pelaku usaha.

Wanprestasi merupakan istilah dalam hukum perdata yang merujuk pada kondisi di mana salah satu pihak dalam perjanjian tidak memenuhi kewajiban sebagaimana telah disepakati. Dalam konteks transaksi melalui WhatsApp Bisnis, wanprestasi bisa terjadi dalam berbagai bentuk, seperti pengiriman produk yang tidak sesuai deskripsi, keterlambatan pengiriman, tidak adanya pengiriman setelah pembayaran dilakukan, serta penolakan untuk melakukan pengembalian dana atau penukaran produk yang cacat. Fenomena ini tidak hanya merugikan konsumen secara materil, tetapi juga menciptakan ketidakpastian hukum dalam lingkungan digital.

#### **a. Ketentuan Perlindungan Hak Konsumen Menurut UUPK**

Sebelum membahas penyebab wanprestasi, penting untuk menegaskan bahwa Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) merupakan landasan hukum yang memberikan jaminan terhadap hak-hak konsumen. Hak-hak tersebut tercantum dalam Pasal 4 UUPK, yang meliputi hak atas kenyamanan, keamanan, keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa; hak atas informasi yang benar dan jujur; hak untuk memilih serta memperoleh barang dan/atau jasa sesuai nilai tukar dan kondisi yang dijanjikan; serta hak untuk menyampaikan pendapat, keluhan, dan memperoleh ganti rugi.

Dalam transaksi melalui WhatsApp Bisnis, pelaku usaha tetap wajib memenuhi standar tersebut. Akan tetapi, banyak pelaku usaha yang tidak memahami ataupun tidak mematuhi ketentuan ini, sehingga menimbulkan wanprestasi dan mengakibatkan kerugian di pihak konsumen.

#### **b. Bentuk-Bentuk Wanprestasi dalam Transaksi WhatsApp Bisnis**

Dalam praktiknya, terdapat beberapa bentuk wanprestasi yang sering ditemukan dalam transaksi jual beli melalui WhatsApp Bisnis, di antaranya:

- 1) Konsumen menerima barang yang berbeda dari deskripsi awal yang dikirimkan oleh pelaku usaha (perbedaan warna, ukuran, kualitas, dll).
- 2) Setelah pembayaran dilakukan, barang tidak dikirimkan sama sekali dan pelaku usaha menghilang atau tidak bisa dihubungi kembali.
- 3) Pelaku usaha memberikan informasi produk yang tidak lengkap, ambigu, atau bahkan menyesatkan, sehingga konsumen membuat keputusan yang salah.
- 4) Pengembalian dana atau penukaran barang yang seharusnya dilakukan sesuai kesepakatan, diabaikan begitu saja oleh pelaku usaha.

Bentuk-bentuk wanprestasi tersebut mengindikasikan adanya pelanggaran terhadap Pasal 7 UUPK, yang mengatur kewajiban pelaku usaha untuk beritikad baik, memberikan informasi yang benar, dan menjamin mutu barang atau jasa yang ditawarkan.

### c. Faktor Penyebab Terjadinya Wanprestasi

Terdapat beberapa penyebab utama mengapa pelaku usaha melakukan wanprestasi terhadap konsumen dalam transaksi melalui WhatsApp Bisnis:

#### 1) Rendahnya Pemahaman Hukum oleh Pelaku Usaha

Banyak pelaku usaha skala kecil dan menengah yang memanfaatkan WhatsApp Bisnis tidak memiliki pemahaman yang memadai mengenai hukum perlindungan konsumen. Mereka tidak menyadari bahwa meskipun transaksi dilakukan melalui media digital, semua komunikasi dan kesepakatan yang terbentuk tetap memiliki kekuatan hukum mengikat. Ketidaktahuan ini menyebabkan mereka tidak menaruh perhatian serius terhadap kewajiban-kewajiban hukum yang harus dipenuhi dalam transaksi.

#### 2) Kurangnya Etika Bisnis dan Profesionalisme

Etika bisnis adalah prinsip moral yang seharusnya dijunjung tinggi oleh setiap pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan perdagangan. Namun, kenyataannya banyak pelaku usaha digital yang mengabaikan aspek ini. Misalnya, mereka sengaja menyesatkan konsumen dengan memposting gambar produk yang berbeda dengan barang asli yang akan dikirim, atau dengan menyampaikan informasi yang tidak lengkap untuk mempercepat proses pembelian. Praktik semacam ini tidak hanya mencederai kepercayaan konsumen, tetapi juga melanggar prinsip keadilan dan kejujuran dalam berbisnis.

#### 3) Tidak Ada Standar Kontrak atau Bukti Tertulis

Komunikasi melalui WhatsApp seringkali bersifat informal dan tidak terdokumentasi secara sistematis. Hal ini menyulitkan konsumen untuk membuktikan bahwa telah terjadi pelanggaran kesepakatan. Ketiadaan bukti transaksi atau dokumen tertulis sering dimanfaatkan oleh pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab untuk menghindari kewajiban hukum.

#### 4) Minimnya Pengawasan dan Penegakan Hukum

Meskipun UUPK dan UU ITE telah mengatur perlindungan konsumen secara komprehensif, implementasi di lapangan masih menemui kendala. Lembaga pengawasan seperti Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) dan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) belum sepenuhnya mampu menjangkau dan menangani laporan-laporan wanprestasi yang terjadi di ranah digital. Pelaku usaha akhirnya merasa tidak ada konsekuensi serius dari tindakan wanprestasi yang mereka lakukan.

#### 5) Kurangnya Literasi Digital Konsumen

Penyebab wanprestasi tidak hanya berasal dari sisi pelaku usaha, tetapi juga dari kelemahan di pihak konsumen. Banyak konsumen yang kurang memahami cara mengamankan transaksi digital, seperti menyimpan bukti chat, bukti transfer, atau kesepakatan dalam bentuk digital. Hal ini menyebabkan pelaku usaha merasa leluasa untuk tidak memenuhi janjinya karena minimnya risiko hukum yang bisa dituntut oleh konsumen.

#### **d. Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha**

Berdasarkan Pasal 19 UUPK, apabila konsumen dirugikan akibat konsumsi barang dan/atau jasa, pelaku usaha wajib memberikan ganti rugi dalam bentuk pengembalian dana, penggantian barang atau jasa yang sejenis, atau bentuk kompensasi lain yang disepakati. Ganti rugi tersebut harus dilakukan dalam waktu maksimal tujuh hari setelah tanggal transaksi atau munculnya kerugian. Jika pelaku usaha lalai atau menolak untuk memenuhi kewajiban ini, maka ia dapat dikenai sanksi administratif, perdata, bahkan pidana sesuai Pasal 62 UUPK.

Dalam konteks digital, UU ITE Pasal 5 ayat (1) menegaskan bahwa informasi elektronik seperti percakapan WhatsApp bisa dijadikan alat bukti yang sah. Artinya, jika pelaku usaha terbukti melakukan wanprestasi, bukti komunikasi digital dapat digunakan dalam proses hukum.

#### **e. Implikasi Terhadap Kepastian Hukum**

Fenomena wanprestasi dalam transaksi WhatsApp Bisnis mencerminkan adanya tantangan dalam mewujudkan kepastian hukum bagi konsumen. Teori kepastian hukum, sebagaimana disampaikan oleh Prof. Sudikno Mertokusumo, menekankan bahwa hukum harus memberikan rasa aman, dapat diprediksi, dan melindungi dari tindakan sewenang-wenang. Ketika pelaku usaha dengan mudah mengingkari kesepakatan dan tidak dikenai sanksi, maka rasa keadilan dan kepastian hukum pun hilang di mata masyarakat.

Untuk itu, sangat penting bagi negara dan institusi terkait untuk memperluas edukasi hukum terhadap pelaku usaha digital dan memperkuat mekanisme pengawasan serta penyelesaian sengketa. Langkah ini tidak hanya memberikan perlindungan maksimal bagi konsumen, tetapi juga menciptakan ekosistem perdagangan digital yang sehat dan adil.

## **2. Perlindungan Terhadap Konsumen Yang Mengadakan Kesepakatan Dengan Pelaku Usaha Melalui Whatsapp Bisnis UUPK**

Di era digital saat ini, interaksi antara konsumen dan pelaku usaha tidak lagi terbatas pada pertemuan fisik atau kontrak tertulis secara konvensional. Platform digital seperti WhatsApp Bisnis kini menjadi sarana utama dalam melakukan transaksi jual beli barang atau jasa. Meskipun komunikasi dilakukan secara elektronik dan bersifat informal, kesepakatan yang terbentuk melalui aplikasi tersebut tetap memiliki kekuatan hukum mengikat selama memenuhi unsur-unsur sah

perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 Kitab Undang- Undang Hukum Perdata (KUHPerdata).

Perlindungan terhadap konsumen dalam transaksi melalui WhatsApp Bisnis dijamin melalui dua instrumen hukum utama, yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) serta Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, yang telah diperbarui dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 (UU ITE).

Menurut Pasal 4 UUPK, konsumen berhak atas informasi yang akurat, kenyamanan, keamanan, serta kompensasi apabila mengalami kerugian dalam transaksi. Dalam konteks penggunaan WhatsApp Bisnis, pelaku usaha wajib menyampaikan informasi produk dengan jelas dan tidak menyesatkan serta bertanggung jawab atas barang atau jasa yang ditawarkan. Jika terjadi wanprestasi seperti tidak mengirimkan barang, mengirim barang yang berbeda dari yang dijanjikan, atau menolak pengembalian dana, pelaku usaha dapat dikenai kewajiban hukum sesuai Pasal 19 UUPK, yang mewajibkan pemberian ganti rugi kepada konsumen.

UU ITE turut memperkuat validitas hukum dari transaksi melalui media elektronik. Pasal 5 ayat (1) UU ITE menegaskan bahwa informasi dan/atau dokumen elektronik, termasuk hasil cetaknya, merupakan alat bukti hukum yang sah. Ini berarti percakapan di WhatsApp dapat dijadikan bukti dalam proses penyelesaian sengketa, baik melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) maupun jalur litigasi di pengadilan. Selain itu, Pasal 9 UU ITE melarang pelaku usaha untuk menyampaikan informasi elektronik yang tidak benar atau menyesatkan, dan pelanggaran terhadap aturan ini dapat dikenai sanksi administratif atau pidana.

Oleh karena itu, kesepakatan yang terbentuk melalui WhatsApp Bisnis tetap berada dalam ruang lingkup perlindungan hukum formal. Konsumen tetap memiliki hak untuk menuntut pemenuhan hak-haknya berdasarkan peraturan yang berlaku. Sinergi antara UUPK dan UU ITE memberikan dasar hukum yang kuat untuk menjamin kepastian hukum dan keadilan bagi konsumen dalam transaksi elektronik.

Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi daring, termasuk kesepakatan melalui WhatsApp Bisnis, telah ditegaskan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen serta Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana telah diubah dengan UU Nomor 19 Tahun 2016. Dalam Pasal 4 UUPK dijelaskan bahwa konsumen memiliki hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam menggunakan barang dan/atau jasa, serta hak atas informasi yang benar, transparan, dan jujur mengenai kondisi serta jaminan produk. Oleh karena itu, pelaku usaha tetap berkewajiban memberikan informasi secara akurat dan tidak menyesatkan, meskipun transaksi tidak dilakukan secara langsung atau melalui kontrak tertulis formal.

Selanjutnya, Pasal 7 UUPK mengharuskan pelaku usaha untuk beritikad baik dalam menjalankan aktivitas bisnis dan memberikan informasi yang benar, lengkap,

dan jujur kepada konsumen. Jika pelaku usaha melakukan pelanggaran seperti tidak mengirimkan produk, mengirim produk yang tidak sesuai, atau menolak mengganti produk yang rusak, maka sesuai Pasal 19 ayat (1) UUPK, ia wajib memberikan kompensasi berupa pengembalian dana, penggantian barang, atau penyediaan jasa sejenis. Kewajiban ini tetap berlaku meskipun kesepakatan dibuat secara elektronik.

Dalam konteks hukum digital, UU ITE memberikan legitimasi atas transaksi yang dilakukan melalui media elektronik seperti WhatsApp. Pasal 5 ayat (1) menyatakan bahwa “Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik serta hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah,” yang berarti bahwa bukti seperti pesan, bukti transfer, atau percakapan di WhatsApp dapat digunakan dalam proses hukum. Selain itu, Pasal 9 UU ITE melarang pelaku usaha menyebarkan informasi yang menyesatkan dalam penawaran barang atau jasa. Jika melanggar, pelaku usaha dapat dijerat dengan sanksi pidana sebagaimana diatur dalam Pasal 45A ayat (1), yakni hukuman penjara hingga enam tahun dan/atau denda maksimal Rp1.000.000.000,00.

Dengan demikian, transaksi melalui WhatsApp Bisnis tidak menghilangkan hak-hak hukum konsumen. Pelaku usaha tetap terikat pada kewajiban hukum sebagaimana diatur dalam UUPK dan UU ITE. Kombinasi kedua undang-undang tersebut menunjukkan bahwa perlindungan hukum terhadap konsumen telah meluas untuk mencakup pola transaksi digital, termasuk perjanjian yang dilakukan secara daring tanpa tatap muka langsung.

Transformasi teknologi digital telah mengubah cara masyarakat melakukan transaksi ekonomi, dari yang semula bersifat tatap muka menjadi daring (online). Salah satu media yang saat ini banyak dimanfaatkan oleh pelaku usaha dalam menawarkan produk atau jasa kepada konsumen adalah WhatsApp Bisnis. Aplikasi ini memungkinkan interaksi langsung dan cepat antara penjual dan pembeli, bahkan hingga tahap pemesanan, pembayaran, dan pengiriman barang. Namun, kemudahan ini tidak serta-merta menjamin keamanan dan kepastian hukum bagi konsumen. Muncul berbagai permasalahan seperti pengiriman barang yang tidak sesuai, penipuan, atau ketidaksesuaian informasi. Dalam hal ini, perlindungan konsumen menjadi hal yang sangat penting untuk dipastikan keberadaannya, meskipun kesepakatan dilakukan secara elektronik.

#### **a. Keabsahan Kesepakatan Melalui WhatsApp dalam Perspektif Hukum Perdata**

Secara hukum, kesepakatan yang dilakukan melalui WhatsApp tetap memiliki kekuatan hukum mengikat, selama memenuhi unsur-unsur sah perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata), yaitu:

- 1) Kesepakatan kedua belah pihak;
- 2) Kecakapan para pihak untuk membuat suatu perikatan;
- 3) Adanya suatu hal tertentu;

4) Adanya suatu sebab yang halal.

Dengan terpenuhinya empat syarat tersebut, maka transaksi yang dilakukan melalui WhatsApp dapat dikategorikan sebagai perjanjian yang sah dan dapat dijadikan dasar untuk menuntut hak dan kewajiban. Kesepakatan yang dilakukan secara elektronik juga tidak kehilangan kekuatan hukum hanya karena tidak dibuat dalam bentuk dokumen fisik. Hal ini ditegaskan dalam Pasal 5 ayat (1) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), yang menyatakan bahwa “Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik serta hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah”.

**b. Instrumen Hukum Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Digital**

Perlindungan konsumen dalam konteks digital diatur melalui dua undang-undang utama, yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (yang diperbarui dengan UU Nomor 19 Tahun 2016).

Menurut Pasal 4 UUPK, konsumen memiliki hak atas:

- 1) Kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa;
- 2) Informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- 3) Kebebasan memilih dan mendapatkan barang/jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi yang dijanjikan;
- 4) Penyampaian pendapat dan keluhan, serta
- 5) Kompensasi atau ganti rugi jika mengalami kerugian.

Dalam konteks transaksi melalui WhatsApp, semua hak tersebut tetap berlaku. Ketika pelaku usaha mengirim barang yang rusak, tidak sesuai deskripsi, atau bahkan tidak mengirim sama sekali, maka pelaku usaha telah melakukan pelanggaran terhadap hak-hak konsumen dan dapat dikenai tanggung jawab hukum sesuai dengan Pasal 19 UUPK. Pasal tersebut mengatur bahwa pelaku usaha wajib memberikan ganti rugi berupa pengembalian uang, penggantian produk, atau pemberian kompensasi lain yang disepakati.

**c. Kewajiban Pelaku Usaha dalam Transaksi Elektronik**

Selain hak-hak konsumen, UUPK juga menetapkan kewajiban-kewajiban pelaku usaha dalam Pasal 7, antara lain:

- 1) Beritikad baik dalam melakukan usahanya;
- 2) Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang/jasa;
- 3) Menjamin mutu barang/jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar yang berlaku.

Dalam transaksi melalui WhatsApp, pelaku usaha memiliki tanggung jawab untuk menyampaikan informasi produk secara transparan dan tidak menyesatkan, mulai dari harga, ukuran, bahan, manfaat, hingga kebijakan retur atau pengembalian dana. Apabila pelaku usaha tidak melaksanakan kewajiban tersebut, maka ia telah melanggar ketentuan hukum dan dapat dituntut secara perdata maupun pidana.

**d. Peran UU ITE dalam Mendukung Perlindungan Konsumen Digital**

Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) memperkuat posisi konsumen dalam transaksi daring. Beberapa ketentuan yang relevan antara lain:

- 1) Pasal 5 ayat (1): Informasi dan/atau dokumen elektronik serta hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah;
- 2) Pasal 9: Pelaku usaha dilarang menyebarkan informasi elektronik yang tidak benar dan/atau menyesatkan dalam penawaran barang dan/atau jasa;
- 3) Pasal 45A ayat (1): Barang siapa dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan informasi elektronik yang menyesatkan dan mengakibatkan kerugian konsumen, dapat dikenai sanksi pidana hingga enam tahun penjara dan/atau denda maksimal satu miliar rupiah.

Melalui ketentuan ini, konsumen memiliki landasan hukum yang jelas untuk menuntut hak-haknya ketika terjadi pelanggaran. Bukti percakapan, bukti transfer, screenshot pemesanan, dan dokumen elektronik lainnya dapat digunakan sebagai bukti dalam proses hukum baik melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) maupun jalur pengadilan.

**e. Implementasi Perlindungan Konsumen dalam Praktik Transaksi WhatsApp**

Meskipun perlindungan hukum telah diatur secara tegas dalam UUPK dan UU ITE, implementasi di lapangan masih menghadapi berbagai kendala, di antaranya:

- 1) Minimnya pengetahuan konsumen terhadap hak-haknya dalam transaksi elektronik;
- 2) Ketidadaan standar transaksi tertulis di WhatsApp, yang sering kali menyebabkan perjanjian hanya bersifat lisan atau informal;
- 3) Ketidakhadiran nota transaksi atau invoice resmi, yang menyulitkan dalam pembuktian saat terjadi sengketa;
- 4) Kurangnya pengawasan terhadap pelaku usaha digital oleh otoritas terkait;
- 5) Kelemahan dalam penegakan hukum, terutama dalam transaksi berskala kecil yang jarang dilaporkan secara resmi.

Untuk itu, dibutuhkan upaya edukasi hukum dan digital literacy kepada masyarakat, khususnya konsumen, agar lebih peka terhadap bentuk-bentuk wanprestasi dan berani menuntut hak melalui jalur hukum. Di sisi lain, pelaku

usaha juga perlu diberikan sosialisasi mengenai kewajiban hukum mereka agar terbangun etika bisnis digital yang sehat dan adil.

**f. Sinergi UUPK dan UU ITE sebagai Landasan Perlindungan Konsumen**

Dari pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa perlindungan konsumen dalam transaksi melalui WhatsApp Bisnis berada dalam kerangka hukum positif Indonesia yang kuat. UUPK memberikan dasar perlindungan dari sisi hak dan kewajiban dalam kegiatan perdagangan, sedangkan UU ITE memberikan validitas hukum terhadap sarana dan bukti digital. Kombinasi kedua instrumen hukum ini menunjukkan bahwa tidak ada kekosongan hukum dalam transaksi daring.

Pemerintah dan lembaga penegak hukum diharapkan terus memperkuat sinergi antar regulasi dan memperluas jangkauan edukasi hukum kepada seluruh pelaku ekosistem digital, baik konsumen maupun pelaku usaha. Dengan begitu, keadilan dan kepastian hukum dalam transaksi digital dapat diwujudkan secara nyata.

**3. Penerapan Sanksi Hak Terhadap Pelaku Usaha Yang Wanprestasi Melalui Whatsapp Bisnis Dengan Konsumen Berdasarkan UUPK**

Pelaku usaha yang gagal memenuhi kewajiban dalam transaksi melalui WhatsApp Bisnis tetap dapat dikenai sanksi hukum sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Meskipun transaksi dilakukan secara daring, pelaku usaha tetap diwajibkan untuk bertindak dengan itikad baik serta menyampaikan informasi yang benar, sebagaimana diatur dalam Pasal 7 UUPK. Jika pelaku usaha tidak mengirimkan barang yang telah dibayar, mengirimkan barang yang tidak sesuai dengan deskripsi, atau menolak memberikan pengembalian dana, maka tindakan tersebut merupakan bentuk wanprestasi yang merugikan konsumen dan bertentangan dengan ketentuan hukum perlindungan konsumen.

Pasal 19 ayat (1) UUPK menyatakan bahwa pelaku usaha wajib memberikan kompensasi berupa pengembalian uang, penggantian barang dan/atau jasa sejenis, atau bentuk ganti rugi lain yang setara. Sanksi utama bagi pelaku usaha dalam hal wanprestasi adalah sanksi perdata berupa kewajiban mengganti kerugian yang dialami konsumen. Ketentuan ini menjelaskan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab atas kerusakan, pencemaran, atau kerugian lain yang timbul dari barang atau jasa yang dikonsumsi kepada masyarakat. Ganti rugi tersebut harus diberikan dalam waktu maksimal 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi, sebagaimana diatur dalam Pasal 19 ayat (2).

Selain sanksi perdata, UUPK juga memberikan dasar hukum bagi sanksi pidana terhadap pelaku usaha yang dengan sengaja melanggar hak-hak konsumen. Berdasarkan Pasal 62 ayat (1), pelaku usaha yang melanggar ketentuan dalam Pasal 8, 9, 10, 13 ayat (2), 15, dan 17 dapat dikenai pidana penjara paling lama lima tahun atau denda hingga dua miliar rupiah. Apabila pelaku usaha menyampaikan informasi

yang palsu, tidak sesuai fakta, atau menyesatkan dalam transaksi melalui WhatsApp, hal tersebut termasuk pelanggaran terhadap Pasal 9 UUPK, yang melarang penyampaian informasi yang tidak benar dalam promosi barang dan/atau jasa.

Oleh karena itu, pelaku usaha yang melakukan wanprestasi melalui media digital seperti WhatsApp Bisnis tetap dapat dimintai pertanggungjawaban hukum, baik secara perdata, administratif, maupun pidana, sesuai dengan ketentuan dalam UUPK. Meskipun transaksi bersifat elektronik dan informal, perlindungan hukum bagi konsumen tetap berlaku karena prinsip perlindungan konsumen mengikat seluruh bentuk kegiatan usaha yang menimbulkan hubungan hukum dengan konsumen.

Lebih lanjut, Pasal 7 huruf b dan c UUPK secara tegas mewajibkan pelaku usaha untuk memberikan informasi yang akurat, jelas, dan jujur mengenai barang dan/atau jasa yang ditawarkan serta menjamin mutu produk yang diperdagangkan. Jika pelaku usaha mengabaikan kewajiban tersebut, maka ia dianggap melanggar hukum dan merugikan konsumen.

Tindakan wanprestasi yang dilakukan oleh pelaku usaha menimbulkan konsekuensi hukum berupa kewajiban untuk memberikan ganti rugi sebagaimana diatur dalam Pasal 19 ayat (1), yaitu dalam bentuk pengembalian dana, penggantian barang atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau bentuk kompensasi lainnya. Kewajiban tersebut harus dilaksanakan paling lambat dalam waktu tujuh hari setelah transaksi, sebagaimana ditetapkan dalam Pasal

19 ayat (2). Jika pelaku usaha menolak atau tidak melaksanakan kewajiban tersebut, konsumen berhak menempuh jalur penyelesaian sengketa melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) atau pengadilan, sebagaimana diatur dalam Pasal 45 UUPK.

Selain sanksi perdata, pelaku usaha juga dapat dikenai sanksi administratif sesuai Pasal 60 ayat (1) UUPK, seperti teguran tertulis, penghentian kegiatan usaha, penarikan produk dari peredaran, hingga pencabutan izin usaha. Bila wanprestasi dilakukan dengan niat buruk dan unsur penipuan, maka pelaku usaha juga dapat dikenai sanksi pidana sebagaimana tercantum dalam Pasal 62 ayat (1), yaitu pidana penjara maksimal 5 (lima) tahun atau denda hingga Rp 2.000.000.000,00. Sanksi ini berlaku bagi pelaku usaha yang melanggar ketentuan Pasal 8, yang melarang peredaran barang tidak sesuai standar atau tidak sesuai dengan kesepakatan.

Dengan demikian, meskipun kesepakatan antara konsumen dan pelaku usaha dilakukan melalui media elektronik seperti WhatsApp Bisnis, hukum tetap mengakui keberlakuan hubungan hukum tersebut sebagai bentuk perikatan, dan pelaku usaha tetap dapat dikenai tanggung jawab hukum apabila terbukti melakukan wanprestasi yang merugikan konsumen, sesuai dengan ketentuan dalam UUPK.

Seiring berkembangnya teknologi digital, masyarakat kini semakin terbiasa melakukan transaksi secara daring, termasuk melalui aplikasi pesan instan seperti WhatsApp Bisnis. Meskipun sarana transaksi ini tidak seformal platform e-

commerce, interaksi yang terjadi tetap membentuk suatu hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen. Salah satu permasalahan utama dalam transaksi digital ini adalah ketika pelaku usaha tidak memenuhi kewajibannya, yang dalam hukum perdata dikenal sebagai wanprestasi. Ketika pelaku usaha melakukan wanprestasi—baik dengan tidak mengirimkan barang, mengirimkan barang yang tidak sesuai, atau menolak pengembalian dana—maka konsumen berhak mendapatkan perlindungan dan keadilan hukum.

Dalam konteks ini, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) menjadi dasar hukum utama yang mengatur sanksi terhadap pelaku usaha yang melanggar hak-hak konsumen, termasuk dalam transaksi melalui WhatsApp Bisnis. Meskipun bersifat informal dan digital, transaksi melalui media ini tetap diakui sebagai perikatan hukum selama memenuhi unsur-unsur sah perjanjian berdasarkan Pasal 1320 KUH Perdata.

**a. Konsep Wanprestasi dalam Hukum Konsumen Digital**

Wanprestasi secara umum diartikan sebagai ketidakmampuan atau kegagalan salah satu pihak dalam perjanjian untuk melaksanakan kewajibannya sebagaimana disepakati. Dalam transaksi melalui WhatsApp Bisnis, bentuk wanprestasi dapat berupa:

- 1) Tidak mengirimkan barang setelah pembayaran;
- 2) Mengirimkan barang yang tidak sesuai dengan deskripsi atau foto;
- 3) Menolak pengembalian dana atau penukaran barang yang telah disepakati;
- 4) Memberikan informasi yang tidak benar atau menyesatkan mengenai produk.

Perbuatan tersebut merupakan pelanggaran terhadap Pasal 7 huruf b dan c UUPK, yang mewajibkan pelaku usaha untuk memberikan informasi secara benar, jelas, dan jujur mengenai barang atau jasa yang ditawarkan serta menjamin mutu produk yang diperdagangkan.

**b. Sanksi Perdata: Kewajiban Ganti Rugi**

Salah satu bentuk sanksi utama terhadap pelaku usaha yang melakukan wanprestasi adalah sanksi perdata, yaitu kewajiban untuk memberikan ganti rugi kepada konsumen. Berdasarkan Pasal 19 ayat (1) UUPK, pelaku usaha wajib mengganti kerugian yang diderita konsumen dengan:

- 1) Pengembalian uang;
- 2) Penggantian barang dan/atau jasa sejenis;
- 3) Atau bentuk kompensasi lain yang disepakati bersama.

Ketentuan ini menegaskan bahwa bentuk tanggung jawab pelaku usaha bersifat restoratif, yaitu memulihkan hak-hak konsumen yang telah dirugikan. Lebih lanjut, Pasal 19 ayat (2) menyatakan bahwa ganti rugi tersebut harus diberikan dalam jangka waktu paling lambat 7 (tujuh) hari sejak tanggal transaksi atau sejak pelanggaran terjadi. Jika pelaku usaha tidak melaksanakan kewajiban tersebut, maka ia dapat dikenakan sanksi lebih lanjut.

Dalam konteks transaksi WhatsApp, ganti rugi dapat diklaim dengan menunjukkan bukti percakapan (chat history), bukti transfer, dan foto produk sebagai dasar pembuktian. Dokumen-dokumen ini memiliki kekuatan hukum yang sah berdasarkan Pasal 5 UU ITE, yang menyatakan bahwa informasi dan/atau dokumen elektronik merupakan alat bukti hukum.

**c. Sanksi Administratif: Teguran hingga Pencabutan Izin Usaha**

Selain sanksi perdata, pelaku usaha juga dapat dikenai sanksi administratif sebagaimana diatur dalam Pasal 60 ayat (1) UUPK, yaitu:

- 1) Teguran tertulis;
- 2) Penghentian sementara kegiatan usaha;
- 3) Penarikan barang dari peredaran;
- 4) Penghentian produksi;
- 5) Pencabutan izin usaha.

Penerapan sanksi administratif dilakukan oleh instansi yang berwenang dalam bidang perlindungan konsumen, seperti Kementerian Perdagangan, Dinas Perdagangan Daerah, atau Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN). Penerapan sanksi ini bertujuan untuk memberikan efek jera serta mendorong pelaku usaha agar menaati regulasi dan menjaga kepercayaan konsumen.

Dalam kasus transaksi melalui WhatsApp Bisnis, pelaku usaha informal sekalipun tetap dapat dikenai sanksi administratif, apalagi bila terbukti secara sistematis melakukan pelanggaran atau penipuan terhadap konsumen. Hal ini sekaligus menekankan pentingnya registrasi usaha digital dan edukasi hukum bagi UMKM yang bergerak di bidang perdagangan daring.

**d. Sanksi Pidana: Penjara dan Denda**

Dalam kondisi tertentu, wanprestasi dapat berkembang menjadi tindak pidana apabila dilakukan dengan itikad buruk atau disertai dengan unsur penipuan. Pasal 62 ayat (1) UUPK menyebutkan bahwa pelaku usaha yang melanggar ketentuan dalam Pasal 8, 9, 10, 13 ayat (2), 15, dan 17 dapat dijatuhi sanksi berupa:

- 1) Pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun, dan/atau
- 2) Denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).

Salah satu bentuk pelanggaran pidana yang sering terjadi dalam transaksi WhatsApp adalah penyampaian informasi yang menyesatkan atau tidak benar mengenai barang/jasa yang ditawarkan, sebagaimana dilarang dalam Pasal 9 UUPK. Contoh konkret adalah ketika pelaku usaha memposting gambar produk tertentu, tetapi setelah konsumen membayar, produk yang dikirim sangat berbeda dari yang dijanjikan.

Jika unsur pidana terbukti, maka pelaku usaha tidak hanya diwajibkan memberikan ganti rugi tetapi juga dapat diproses secara hukum pidana dan dihukum sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Namun, dalam praktiknya, penegakan hukum pidana terhadap pelaku usaha daring sering kali menghadapi

hambatan, antara lain keterbatasan akses identitas pelaku, lokasi pelaku yang tidak diketahui, serta minimnya laporan dari korban.

**e. Jalur Penyelesaian Sengketa**

Konsumen yang merasa dirugikan akibat wanprestasi dalam transaksi WhatsApp Bisnis memiliki dua jalur hukum yang dapat ditempuh:

- 1) Non-litigasi, melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) sebagaimana diatur dalam Pasal 45 UUPK. Mekanisme ini relatif cepat, murah, dan tidak memerlukan jasa pengacara.
- 2) Litigasi, melalui pengadilan negeri sesuai hukum acara perdata.

BPSK memiliki kewenangan untuk menangani sengketa konsumen dengan cara mediasi, arbitrase, dan adjudikasi, serta dapat memutuskan ganti rugi kepada konsumen. Namun, putusan BPSK bersifat final dan mengikat, kecuali salah satu pihak mengajukan keberatan ke pengadilan dalam jangka waktu tertentu.

Agar konsumen dapat membuktikan wanprestasi, dokumen-dokumen elektronik seperti percakapan WhatsApp, bukti transfer, dan dokumentasi produk sangat penting. Hal ini sejalan dengan ketentuan dalam UU ITE yang mengakui alat bukti elektronik sebagai bukti sah di pengadilan.

**f. Tantangan dalam Penegakan Sanksi**

Meskipun sanksi hukum telah diatur dengan jelas dalam UUPK, implementasinya dalam konteks digital masih menghadapi beberapa kendala:

- 1) Identifikasi pelaku usaha sulit karena banyak yang tidak mencantumkan identitas atau alamat resmi;
- 2) Kurangnya literasi digital dan hukum di kalangan konsumen;
- 3) Pelaporan yang rendah, karena konsumen menganggap kerugiannya kecil dan proses pengaduan merepotkan;
- 4) Ketiadaan kontrak tertulis atau nota resmi, yang menyulitkan pembuktian hukum;
- 5) Pelaku usaha tidak terdaftar secara legal sehingga sulit ditindak secara administratif.

Oleh karena itu, diperlukan peran aktif dari pemerintah, lembaga pengawas, dan organisasi konsumen untuk membangun ekosistem transaksi digital yang aman dan bertanggung jawab. Penerapan sanksi terhadap pelaku usaha yang wanprestasi dalam transaksi melalui WhatsApp Bisnis telah diakomodasi secara komprehensif dalam UUPK, baik melalui mekanisme perdata, administratif, maupun pidana. Kesepakatan elektronik yang dilakukan secara informal tetap mengikat secara hukum, dan konsumen memiliki hak untuk menuntut hak-haknya jika terjadi pelanggaran. Keberadaan UU ITE sebagai pelengkap memperkuat posisi konsumen dalam menghadirkan alat bukti yang sah di pengadilan. Namun, penegakan sanksi hukum di era digital memerlukan sinergi antara regulasi, literasi masyarakat, dan keterbukaan akses terhadap lembaga perlindungan hukum.

#### D. SIMPULAN

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong terjadinya transformasi dalam dunia transaksi, termasuk penggunaan WhatsApp Bisnis sebagai sarana komunikasi dan kesepakatan antara pelaku usaha dan konsumen. Meskipun dilakukan secara digital dan informal, kesepakatan melalui WhatsApp tetap memiliki kekuatan hukum dan berada dalam ruang lingkup perlindungan konsumen sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 gagal memenuhi kesepakatan misalnya tidak mengirim barang, memberikan informasi menyesatkan, atau tidak memberikan pengembalian dana—dapat dikategorikan melakukan wanprestasi dan bertanggung jawab untuk memberikan ganti rugi sebagaimana diatur dalam Pasal 19 UUPK. Selain sanksi perdata, pelaku usaha juga dapat dikenai jika melakukan perbuatan yang melanggar ketentuan perlindungan konsumen, seperti penyebaran informasi palsu atau menyesatkan. Di sisi lain, UU ITE Pasal 5 memberikan legitimasi terhadap bukti elektronik, termasuk percakapan di WhatsApp, sebagai alat bukti sah dalam proses hukum, sehingga menjamin konsumen tetap dapat menuntut haknya dalam transaksi elektronik. Dengan demikian, tetap terikat pada kewajiban serta tanggung jawab hukum sebagaimana diatur dalam UUPK dan UU ITE. Konsumen berhak menuntut haknya dan memperoleh keadilan apabila dirugikan dalam bentuk wanprestasi oleh pelaku usaha dalam ranah transaksi digital.

#### E. DAFTAR RUJUKAN

- Gultom, M. (2012). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Bandung: Refika Aditama.
- Subekti, R. (2007). *Hukum Perjanjian*. Jakarta: Intermasa.
- Sutan Remy Sjahdeini. (2009). *Kebebasan Berkontrak dan Perlindungan yang Seimbang bagi Para Pihak dalam Perjanjian*. Jakarta: Elsam.
- Abdul Kadir Muhammad. (2010). *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bakti.  
[https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=BUV\\_EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR13&dq=+Hukum+Perlindungan+Konsumen+Indonesia.+Bandung:+Citra+Aditya+Bakti.&ots=NGyxkFisjC&sig=wkRYbyc9Gtfu99i3bCw36\\_Dd3Jw](https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=BUV_EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR13&dq=+Hukum+Perlindungan+Konsumen+Indonesia.+Bandung:+Citra+Aditya+Bakti.&ots=NGyxkFisjC&sig=wkRYbyc9Gtfu99i3bCw36_Dd3Jw)
- Amalia, D. (2021). Perlindungan hukum konsumen dalam transaksi online melalui aplikasi WhatsApp. *Jurnal Hukum & Pembangunan Ekonomi*, 9(2), 45–57.  
<https://digilib.unimed.ac.id/id/eprint/49710/>
- Christie, G. A. (2022). Perlindungan penggunaan jasa penitipan hewan peliharaan terhadap kelalaian pelaku usaha menurut Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Hukum Adigama*, 5(2).  
<https://journal.untar.ac.id/index.php/adigama/article/view/21828>
- Fahlevi, M. R. (2022). Jasa Titip Online (jual beli dengan pemberian kuasa) dalam perspektif kepastian hukum. *Badamai Law Journal Magister Hukum Universitas*

- Lambung* *Mangkurat*, 7(1),  
<https://ppjp.ulm.ac.id/journal/index.php/blj/article/view/14077>
- Fatria, A. U., Njatrijani, R., & Aminah. (2022). Perlindungan hukum terhadap konsumen yang melakukan penggunaan jasa titip barang secara online. *Diponegoro Law Journal*, 11(2), <https://doi.org/10.14710/dlj.2022.33452>
- Fauzi, A., & Koto, I. (2022). Tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen terkait dengan produk cacat. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 4(3).
- Ginting, N. M., Sembiring, I. A., & Chairi, Z. (2023). Jasa titip skincare melalui media sosial influencer Instagram ditinjau dari hukum positif Indonesia. *Jurnal Kajian Hukum dan Pendidikan Kewarganegaraan*, 2(5).
- Lubis, T. S. M. (2019). Pelaksanaan sita jaminan terhadap objek sengketa yang berada di tangan pihak ketiga dalam penanganan perkara perdata. *Jurnal Ilmu Hukum Fakultas Hukum Umsu*, 4(1), <https://doi.org/10.30596/dll.v4i1.3163>
- Maharani, A., & Dzikra, A. D. (2021). Fungsi perlindungan konsumen dan peran lembaga perlindungan konsumen di Indonesia: Perlindungan konsumen dan pelaku usaha (literature review). *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 2(6), <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i6.607>
- Olii, M. R., Pratiknjo, M. H., & Matheosz, J. N. (2020). Online shop sebagai alternatif berbelanja masyarakat Kota Manado. *Jurnal Holistik*, 13(4), <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/holistik/article/view/31554>
- Ramadhan, F. (2020). Transaksi elektronik dan kekuatan hukum alat bukti digital. *Jurnal Lex Renaissance*, 5(1), 33–47. <https://doi.org/10.30872/risalah.v16i2.207>
- Sari, M. T. (2019). Tanggung jawab pelaku usaha terhadap wanprestasi dalam transaksi online. *Jurnal Hukum Responsif*, 7(1), 12–24. <https://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/nusantara/article/view/10299>
- Republik Indonesia. Undang Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- Republik Indonesia. Undang Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- Republik Indonesia. Undang Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- Kitab Undang Undang Hukum Perdata (Burgerlijk Wetboek), khususnya Pasal 1320 tentang syarat sah perjanjian.
- Pemerintah Republik Indonesia. Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.
- Pemerintah Republik Indonesia. Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem