

Perlindungan Hukum terhadap Konsumen Pengguna Pembayaran Melalui Aplikasi OVO

Legal Protection for Consumers of Payment Users Through the OVO Application

Yeheschiel Bartin Marewa

Universitas Kristen Indonesia Paulus, Makassar, South Sulawesi, Indonesia

<https://doi.org/10.46891/kainawa.5.2023.55-63>

Abstrak

Perkembangan dan kemajuan dalam dunia teknologi yang didukung dengan akses Internet tanpa batas telah berhasil memberikan peluang dan juga tantangan. Kemajuan teknologi era 4.0 menuntut kehidupan masa kini semakin cepat dan praktis. Bermacam jenis aplikasi diciptakan sebagai teknologi yang fungsinya mampu menggantikan berbagai aktivitas manusia. Pemanfaatan teknologi di Indonesia yang sangat besar memberikan dampak bagi beberapa bidang, salah satunya dalam bidang bisnis atau industri yang kemudian melahirkan perdagangan *online* atau *e-commerce*. Namun, dampak lain dari semakin pesatnya teknologi dan juga internet tidak hanya merambah pada bidang industri perdagangan, tetapi juga pada industri keuangan Indonesia. Hal tersebut ditandai dengan maraknya *e-money* di Indonesia. Uang elektronik atau uang digital adalah uang konvensional yang berbentuk digital. Artinya, nilai uang di dalam saldo juga bisa dikatakan sebagai uang elektronik milik pengguna. Namun, ketika ditukarkan atau pengguna melakukan penarikan tunai, maka melakukan konversi uang elektroniknya menjadi uang digital. Hal penting yang perlu diperhatikan adalah dalam melakukan transaksi pada uang elektronik, khususnya terkait dompet digital. Dengan penggunaan dompet digital yang langsung di masyarakat, maka pengetahuan tentang hak dan tanggung jawab atas dompet digital menjadi penting diketahui khususnya oleh pengguna dompet digital. OVO adalah sebuah aplikasi *smart* yang memberikan layanan pembayaran dan transaksi secara *online* (OVO Cash). OVO juga akan memberikan kesempatan untuk mengumpulkan poin setiap kali melakukan transaksi pembayaran melalui OVO Points. Secara umum, OVO Cash dapat digunakan untuk berbagai macam pembayaran di berbagai macam merchant yang telah bekerja sama dengan OVO. Sedangkan yang dimaksud dengan OVO Points adalah *loyalty rewards* bagi yang melakukan transaksi dengan menggunakan OVO Cash di *merchant-merchant* rekanan OVO.

Kata Kunci

perlindungan hukum; konsumen; pembayaran; aplikasi OVO, *e-money*.

Abstract

Developments and advances in the world of technology supported by unlimited Internet access have succeeded in providing opportunities and challenges. Technological advances in the 4.0 era require today's life to be faster and more practical. Various types of applications were created as technology whose functions can replace various human activities. The enormous utilization of technology in Indonesia has an impact on several fields, one of which is in the field of business or industry which later gave birth to online trading or e-commerce. However, another impact of the rapid growth of technology and the internet is not only on the trade industry, but also on the Indonesian financial industry. This is marked by the rise of e-money in Indonesia. Electronic money or digital money is conventional money in digital form. This means that the value of money in the balance can also be said to be electronic money belonging to the user. However, when exchanged or users make cash withdrawals, they convert their electronic money into digital money. The important thing to note is in making transactions on electronic money, especially related to digital wallets. With the direct use of digital wallets in the community, it is important to know the rights and responsibilities of digital wallets, especially by digital wallet users. OVO is a smart application that provides online payment and transaction services (OVO Cash). OVO will also provide an opportunity to collect points every time you make a payment transaction through OVO Points. In general, OVO Cash can be used for various kinds of payments at various merchants that have collaborated with OVO. Meanwhile, OVO Points are loyalty rewards for those who make transactions using OVO Cash at OVO partner merchants.

Keywords

legal protection; consumer; payment; OVO application, *e-money*.

Penulis korespondensi: Yeheschiel Bartin Marewa (ybmarewa@gmail.com)

Hak cipta: © 2023 Penulis.

Karya ini dilisensikan di bawah lisensi **Atribusi-NonKomersial-BerbagiSerupa 4.0 Internasional** 

Bagaimana mengutip artikel ini: Marewa, Y. B. (2023). Perlindungan Hukum terhadap Konsumen Pengguna Pembayaran Melalui Aplikasi OVO. *Kainawa: Jurnal Pembangunan dan Budaya*, 5(1), 55–63. <https://doi.org/10.46891/kainawa.5.2023.55-63>

1. Pendahuluan

Perlindungan konsumen merupakan bagian yang tak terpisahkan dari kegiatan bisnis yang sehat. Dalam kegiatan bisnis yang sehat terdapat keseimbangan perlindungan hukum antara konsumen dengan produsen. Tidak adanya perlindungan yang seimbang menyebabkan konsumen berada pada posisi yang lemah. Lebih-lebih jika produk yang dihasilkan oleh produsen merupakan jenis produk yang terbatas, produsen dapat menyalahgunakan posisinya yang monopolis tersebut. Hal itu tentu saja akan merugikan kedudukan konsumen.

Keberadaan hukum perlindungan konsumen tidak bisa dilepaskan dengan sejarah gerakan perlindungan konsumen di dunia. Munculnya gerakan perlindungan konsumen di latar belakangi beberapa hal terkait dengan sejarah kedudukan konsumen dan pelaku usaha, Industrialisasi dan globalisasi yang terjadi di Amerika Serikat dan Eropa.

Di Amerika Serikat perkembangan gerakan perlindungan konsumen dapat dilihat dari dikeluarkannya beberapa ketentuan peraturan perlindungan perundang-undangan yang melindungi konsumen. Peraturan tersebut yakni The Food, Drug and Cosmetic Act, di mana materinya berada di bawah kewenangan The Federal Trade Commission (FTC). Selain itu diundangkannya juga The Wool Products Labeling Act (1940), dan The Fur Products Labeling Act (1951), serta The Fiber Products Identification Act (1958) ([Shidarta, 2004](#)).

Secara umum sejarah dunia gerakan perlindungan konsumen dapat dibagi dalam empat tahapan sejarah, yakni sebagai berikut ([Shidarta, 2004, hlm. 66](#)):

- a. Tahapan I (1881-1941)
- b. Tahapan II (1920-1940)
- c. Tahapan III (1950-1960)
- d. Tahapan IV (pasca 1965)

Sejarah gerakan perlindungan konsumen di Indonesia mulai terdengar dan populer pada tahun 1970-an, dengan berdirinya lembaga swadaya masyarakat Indonesia (*nongovernmental organization*) Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) pada bulan Mei 1973 ([Zulham, 2016](#)). Setelah YLKI, sejarah juga mencatat berdirinya Lembaga Pembinaan dan Perlindungan Konsumen (LP2K) di Semarang yang berdiri sejak Februari 1988. Kedua lembaga tersebut merupakan anggota dari Consumers International (CI) ([Shidarta, 2004](#)). Selain kedua lembaga tersebut, saat ini juga telah banyak berdiri lembaga-lembaga perlindungan konsumen di Indonesia antara lain, Yayasan Lembaga Bina Konsumen Indonesia (YLBKI) di Bandung, dan Lembaga Konsumen Yogyakarta (LKY).

Perlindungan hukum bagi konsumen merupakan hal penting dalam menjaga keseimbangan hubungan hukum antara produsen dengan konsumen, sehingga perlu adanya prinsip-prinsip perlindungan hukum bagi konsumen yang dapat menjadi acuan dalam memberikan perlindungan kepada konsumen.

Kerugian-kerugian yang dialami oleh konsumen tersebut dapat timbul sebagai akibat dari adanya hubungan hukum perjanjian antara produsen dengan konsumen, maupun akibat dari adanya perbuatan melanggar hukum yang dilakukan oleh produsen. Dengan kondisi konsumen yang banyak dirugikan, memerlukan peningkatan upaya untuk melindunginya, sehingga hak-hak konsumen dapat ditegakkan.

PT. Visionet Internasional, platform pembayaran dan layanan finansial dari Indonesia yang beroperasi di bawah merek OVO telah membagikan angka pertumbuhannya selama tahun 2018. Pada bulan Oktober dan November 2018, diklaim OVO bertumbuh dalam jumlah *merchant* dengan pangsa lebih dari 70 persen. Pada November 2017, pengguna OVO telah tumbuh lebih dari 400 persen dan berasal dari transportasi, ritel, dan *e-commerce*. Perusahaan ini juga mengklaim tahun 2017 lalu telah terdapat lebih dari 500.000 gerai *offline* yang menggunakan OVO sebagai metode pembayaran.

OVO merupakan sarana digital yang memberikan berbagai penawaran menarik, cara pembayaran yang mudah, dan layanan finansial yang cerdas. Dan juga, aplikasi ini mencoba memenuhi berbagai kebutuhan terkait dengan cara pembayaran *cashless* dan *mobile payment*. Dengan menggunakan OVO maka proses transaksi lebih cepat karena lebih mementingkan efisiensi dan efektivitas.

Namun dari banyaknya kemudahan-kemudahan yang di berikan aplikasi OVO, tidak sedikit konsumen yang menjadi pengguna baru pada aplikasi ini merasa dirugikan dengan layanan aplikasi dikarenakan mereka yang melakukan pendaftaran melalui aplikasi merasa dicurangi karena minimnya informasi mengenai aplikasi OVO yang mencakup layanan dan penggunaan aplikasi, karena saat melakukan pendaftaran tidak dijelaskan bahwa mereka adalah pengguna *e-money* dengan layanan *unregistered* dengan kata lain bahwa pengguna baru yang mendaftar dari aplikasi secara otomatis tergolong pada pengguna dengan klasifikasi keanggotaan OVO Club, di mana pengguna dengan keanggotaan OVO Club hanya bisa menggunakan aplikasi sebagai alat atau media pembayaran dan tidak bisa melakukan transaksi keuangan yang lain seperti transfer dana dan penarikan tunai, sedangkan pemahaman masyarakat mengenai aplikasi dan kegunaannya adalah sepenuhnya sebagai alternatif tempat penyimpanan uang atau sebagai *e-wallet* yang bisa digunakan kapan saja dan di mana saja saat dibutuhkan (Faqih, 2018, hlm. 56). Selain itu masih banyak kerugian lain yang dirasakan oleh pengguna OVO seperti kesulitan dalam *top-up* saldo OVO, serta belum semua tempat dapat menerima pembayaran melalui aplikasi OVO.

Konsep lain yang mengikuti dari uang elektronik jika dikaitkan dengan konsep konvensional adalah dompet (*wallet*) yang berarti jika uangnya berbentuk elektronik maka dompetnya juga berbentuk digital. Secara konseptual, ada perbedaan pertanggungjawaban dan konsekuensi hukum pada dompet digital yang perlu diketahui, yang mana hal ini berangkat dari konsep konvensional.

Pertama: dompet elektronik/digital yang uangnya disimpan dan dibawa oleh pemegangnya, maka pertanggungjawaban sepenuhnya ada pada pemilik, karena hal ini bisa disamakan dengan membawa uang konvensional. Contohnya: Jika A memiliki uang elektronik berupa OVO yang di dalamnya terdapat saldo sebesar Rp100.000,- dan kemudian OVO milik A hilang atau rusak, maka A tidak bisa meminta pertanggungjawaban kepada penerbit. Tidak bisa dibebankannya pertanggungjawaban kepada penerbit karena secara penguasaan barang (uang) ada pada A, bukan pada penerbit.

Kedua: dompet elektronik/digital yang uangnya disimpan oleh penerbitnya. Model uang dompet digital yang uangnya disimpan oleh penerbit maka penerbit harus bertanggungjawab atas segala kehilangan dan kerusakan. Contohnya: Jika A mengisi saldo OVO senilai Rp100.000,- kemudian karena kesalahan sistem saldo milik A hilang, maka OVO harus bertanggung jawab atas kehilangan saldo milik A. Namun perlu dicatat, jika kehilangan perangkatnya (*handphone*) dan kemudian terjadi transaksi OVO dari perangkat milik A maka OVO tidak bisa dipertanggungjawabkan. Pada bagian ini memang terjadi perdebatan mengenai pertanggungjawaban. Oleh sebab itu, seharusnya ada beban kewajiban kepada penyelenggara sistem untuk membuat sistem verifikasi dan otorisasi berupa PIN atau *password* untuk sebuah transaksi. Jika penyelenggara sistem tidak memiliki sistem verifikasi atau otorisasi pengguna, maka pada bagian inilah penyelenggara sistem bisa dimintakan pertanggungjawaban dalam menjalankan operasionalnya (*governance*).

2. Metode

Jenis dari penelitian ini termasuk penelitian hukum yuridis sosiologis yang memandang hukum sebagai fenomena sosial, di mana membutuhkan data-data yang lengkap untuk mengidentifikasi suatu hal secara empiris dan data sekunder sebagai dasar kekuatan mengikat ke dalam.

Untuk memperoleh data tersebut maka sumber hukum yang digunakan adalah sebagai berikut: Data Primer, yaitu data yang diterima secara langsung dari sumber pertama, yang terkait dengan masalah penelitian, maka data yang dimaksud adalah berasal dari wawancara dan hasil kuesioner narasumber yang penulis dapatkan. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh dari bahan kepublikan, antara lain mencakup dokumen-dokumen resmi, buku-buku ilmiah, pendapat para pakar, hasil-hasil penelitian yang berwujud laporan dan sebagainya. Lokasi penelitian, yaitu pada OVO BOOTH dan Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI). Dipilihnya lokasi penelitian tersebut berdasarkan pertimbangan yang relevan.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Perlindungan Hukum terhadap Konsumen yang Menggunakan Pembayaran Melalui Aplikasi OVO

Meningkatnya transaksi pembayaran via online, maka penggunaan *e-money* belakangan ini banyak diminati oleh para masyarakat. Hal ini juga bukan tanpa alasan karena dengan melakukan pembayaran menggunakan uang digital akan lebih efisien dan mempercepat proses transaksi. Kebiasaan masyarakat yang sebelumnya lebih banyak melakukan transaksi dengan melakukan pembayaran tunai, kali ini telah beralih ke transaksi pembayaran dengan cara *online*. Di samping itu kemudahan dalam bertransaksi secara *online* juga hal utama yang membuat masyarakat lebih tertarik beralih ke pembayaran secara *online*.

Transaksi pembayaran elektronik dengan menggunakan uang elektronik atau yang lebih dikenal dengan *electronic money (e-money)* penggunaannya tidak selalu membutuhkan proses otorisasi untuk pembebanan ke rekening pengguna atau konsumen yang memakainya, dikarenakan pada *e-money* sudah terekam sejumlah nilai uang yang berupa saldo. Dapat dikatakan jika orang yang mempunyai *e-money* sama halnya dengan orang yang mempunyai uang tunai, hanya saja nilai uang yang dimiliki dikonversikan dalam bentuk uang elektronik (*e-money*).

Salah satu penyedia sistem pembayaran uang elektronik (*e-money*) yang banyak digunakan dalam masyarakat yaitu pada aplikasi OVO. Di bawah naungan PT. Visionet Internasional, OVO berusaha memberikan solusi keuangan secara elektronik yang dapat dipergunakan oleh semua golongan masyarakat. OVO hanya dapat digunakan sebagai alat pembayaran di *merchant* rekanan OVO yang berada di bawah naungan Lippo Group. Oleh karenanya Lippo Group menjamin konsumen pengguna OVO dengan memberikan kemudahan dalam bertransaksi di berbagai *merchant* yang berada dalam naungan Lippo. Salah satu contoh besar OVO ingin menjangkau layanannya sebagai sebuah *simple payment system* dan *smart financial services* dari bermacam *merchant* yang bergabung di dalam naungan Lippo.

Dalam menggunakan aplikasi OVO tidaklah lepas dari sistem pembayaran *e-money*, di mana dalam Bank Indonesia (BI) telah menyesuaikan peraturan tentang uang elektronik melalui Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/2018 Pasal 1 Ayat (3) menjelaskan dan mengartikan uang elektronik sebagai berikut: “Uang Elektronik (*electronic money*) adalah sebagai instrumen pembayaran yang memenuhi unsur sebagai berikut:

- a. diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit;
- b. nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media *server* atau *chip*; dan
- c. nilai uang elektronik yang dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang yang mengatur mengenai perbankan.”

Kemudian pada Pasal 1 ayat (4) menjelaskan tentang nilai tukar uang elektronik sebagai alat tukar yang sah dan kegunaannya dalam ayat tersebut dijelaskan sebagai berikut: “Nilai uang elektronik adalah nilai uang yang disimpan secara elektronik dalam suatu media *server* atau *chip* yang dapat dipindahkan untuk kepentingan transaksi pembayaran dan/atau transfer dana.”

Uang elektronik pada hakikatnya merupakan uang tunai tanpa ada fisik (*cashless money*), yang nilai uangnya berasal dari nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbitnya, kemudian disimpan secara elektronik dalam suatu media elektronik berupa *server* (*hard drive*) atau kartu *chip*, yang berfungsi sebagai alat pembayaran nontunai kepada pedagang yang bukan penerbit uang elektronik yang bersangkutan. Nilai uang (*monetary value*) pada uang elektronik tersebut berbentuk elektronik (nilai elektronis) yang didapat dengan cara menukar sejumlah uang tunai atau pendebetan rekeningnya di bank untuk kemudian disimpan secara elektronik dalam media elektronik berupa kartu penyimpan dana (*stored value card*). Selanjutnya, ketika pemegang uang elektronik melakukan transaksi pembayaran atau transfer dana, maka nilai uang yang terdapat dalam uang elektronik tersebut juga akan berkurang sesuai dengan nilai transaksi pembayaran atau transfer dana yang dilakukan layaknya seperti uang tunai. Sebaliknya nilai uang dalam uang elektronik dapat bertambah bila menerima pembayaran atau pada saat pengisian ulang.

Banyaknya perusahaan perbankan dan non-bank yang mengembangkan *e-money* yang menawarkan sistem pembayaran yang mudah dan cepat turut mempengaruhi minat masyarakat dalam melakukan pembayaran melalui aplikasi *online*. Beberapa jenis *e-money* yang banyak digunakan masyarakat saat ini antara lain OVO, Gopay, Shopeepay, Sakuku, dan LinkAja. Namun dari semua jenis *e-money* tersebut di atas, OVO menempati posisi yang paling banyak digunakan dalam kalangan masyarakat. OVO sebagai salah satu media pembayaran elektronik (*e-money*) memberikan banyak kemudahan dalam bertransaksi di setiap *merchant-merchant* yang bekerja sama dengan OVO, seperti halnya mempersingkat waktu saat bertransaksi pembayaran serta banyaknya keuntungan-keuntungan yang bisa didapatkan dengan melakukan transaksi di berbagai *merchant* rekanan OVO.

Dalam menggunakan aplikasi OVO, konsumen wajib mempunyai aplikasi OVO tersebut yang dapat diperoleh melalui App Store. Kepraktisan yang dirasakan hanya dengan menggunakan *smartphone* yang setiap saat dapat dibawa oleh siapa saja untuk beraktivitas dan mobilisasi ini juga dianggap sebagai suatu kemudahan dalam melakukan pembayaran. Setelah aplikasi ter-*install* di *smartphone*, konsumen diwajibkan untuk melakukan pendaftaran melalui aplikasi tersebut. Pendaftaran tersebut biasanya terkait dengan data diri konsumen yang diperlukan untuk menunjang keperluan dalam penggunaan aplikasi pembayaran. Setelah melakukan pengisian mengenai hal-hal yang diperlukan dalam pendaftaran, maka konsumen sudah dapat menggunakan fitur-fitur yang tersedia dalam aplikasi. Mulai dari pembayaran barang, pulsa, listrik, bahkan dapat juga melakukan pemindahan dana. Di sini konsumen mempergunakan salah satu haknya, yaitu hak untuk memilih (menentukan pilihan) (Sibadalok, 2014). Setelah mendapatkan haknya, konsumen juga harus melaksanakan kewajibannya. Pembayaran sebagai wujud pemenuhan prestasi yang diwajibkan dalam hubungan perjanjian, pada umumnya membebani pihak debitur (Hernoko, 2011).

Sebelum menggunakan aplikasi OVO, ada beberapa persyaratan yang harus disetujui oleh konsumen terlebih dahulu. Persyaratan tersebut lebih berkaitan dengan perjanjian antara konsumen dengan pihak penyedia jasa layanan pembayaran atau dengan pihak OVO. Perjanjian tersebut telah dibuat oleh pihak penyedia layanan jasa pembayaran sehingga perjanjian dapat dikatakan sebagai perjanjian baku. Perjanjian baku yang disetujui oleh konsumen sebelum menggunakan aplikasi OVO, menimbulkan hubungan hukum antara penyedia layanan OVO dengan konsumen. Hubungan hukum yang terjadi dan adanya transaksi terhadap penggunaan jasa layanan OVO oleh konsumen memberikan akibat hukum kepada para pihak. Transaksi yang sudah dibuat antara pelaku usaha dan konsumen tentunya masih harus direalisasikan, yaitu diikuti dengan pemenuhan hak dan kewajiban di antara mereka sesuai dengan isi perjanjian yang dibuat itu (Hernoko 2011).

Setelah konsumen memenuhi segala kebutuhannya dengan melakukan pembelian barang atau layanan lainnya, konsumen diwajibkan melakukan pembayaran. Pembayaran tersebut

dapat dilakukan dengan sistem pembayaran yang dipilih oleh konsumen. Kewajiban pembayaran jasa tersebut berkaitan dengan salah satu kewajiban konsumen yang diatur dalam Pasal 5 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen huruf c yaitu membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati, dan merupakan hak pelaku usaha sebagaimana disebutkan dalam Pasal 6 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen huruf a yaitu hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.

Dalam penerapan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Pasal 1 angka 1 tentang Perlindungan Konsumen mengatakan bahwa perlindungan konsumen adalah suatu upaya yang digunakan untuk menjamin kepastian hukum dan perlindungan hukum bagi konsumen. Undang-Undang Perlindungan Konsumen juga mengatur hak dan kewajiban konsumen, hak dan kewajiban pelaku usaha, perbuatan-perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha, tanggung jawab pelaku usaha, juga pembinaan dan pengawasan pemerintah. Adapun pelaksanaan tanggung jawab juga didukung dengan pengaturan penyelesaian sengketa dan sanksi bagi pelaku usaha yang terbukti melanggar ketentuan-ketentuan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Perlindungan hukum merupakan suatu perlindungan yang diberikan kepada subjek hukum sesuai dengan aturan hukum, baik itu bersifat preventif maupun bersifat represif, baik dalam bentuk tertulis maupun tidak tertulis. Perlindungan hukum merupakan segala upaya untuk melindungi subjek- subjek hukum melalui peraturan perundang-undangan yang berlaku dan pelaksanaannya bersifat paksaan dengan suatu sanksi (Tampubolon, 2016). Perlindungan hukum berdasarkan sifatnya terbagi atas dua, yaitu:

a. Perlindungan hukum secara Preventif

Perlindungan hukum yang diberikan oleh pemerintah dengan tujuan untuk mencegah sebelum terjadinya pelanggaran. Hal ini terdapat dalam peraturan perundang-undangan dengan maksud untuk mencegah suatu pelanggaran serta memberikan batasan-batasan dalam melakukan kewajiban.

b. Perlindungan hukum Represif

Perlindungan hukum represif merupakan perlindungan akhir berupa sanksi seperti denda, penjara, dan hukuman tambahan yang diberikan apabila sudah terjadi sengketa atau telah dilakukan suatu pelanggaran.

Perlindungan hukum yang diatur di dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen bertujuan untuk memberikan perlindungan terhadap hak-hak konsumen termasuk konsumen pengguna OVO. Hal ini sebagaimana pengertian konsumen yaitu setiap orang/badan hukum yang memperoleh dan/atau memakai barang/jasa yang berasal dari pelaku dan tidak untuk diperdagangkan. Sehingga dengan demikian maka konsumen yang memakai OVO berhak untuk mendapatkan perlindungan hukum berdasarkan Pasal 4 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang mengatur hak-hak sebagai berikut:

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi 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 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 yang digunakan.
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan konsumen, 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 jika barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian dan tidak sebagaimana mestinya.

Selain mendapatkan hak, konsumen juga mempunyai kewajiban sebagai bentuk *balance* dari hak-hak yang diterimanya. Merujuk pada Pasal 5 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen mengatur kewajiban konsumen antara lain:

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

Dalam beberapa kasus yang dialami oleh konsumen dalam penggunaan OVO untuk kerugian masih relatif kecil sekitar sepuluh ribu rupiah sehingga konsumen tidak peduli sebagaimana dalam **Tabel 1**.

Tabel 1. Hasil Kuesioner Terhadap Konsumen yang dirugikan Akibat Melakukan Pembayaran Melalui Aplikasi OVO

Jenis Kerugian	Responden		
	Ya	Tidak	Jumlah
Saldo OVO tidak bertambah saat melakukan Top Up	20	30	50
Saldo OVO berkurang saat tidak melakukan transaksi	25	25	50
Akun OVO terblokir secara mendadak menyebabkan saldo OVO ikut menghilang	15	35	50
Saat melakukan pembayaran menggunakan OVO, saldo berkurang tidak sesuai jumlah pembayaran	28	22	50
Pihak OVO menahan saldo OVO milik konsumen	10	40	50

Sumber: Data hasil kuesioner Juni 2020

3.2. Strategi OVO dalam Pelayanan (Service) terhadap Konsumen di Era e-Money di Indonesia

Layanan pada OVO di Indonesia yang paling dikenal adalah kategori *payment* atau sistem pembayaran dengan produk uang elektronik, baik uang elektronik berbasis server maupun uang elektronik berbasis *chip* atau biasa disebut Kartu Uang Elektronik. OVO juga berkembang seiring dengan perkembangan bisnis *e-commerce*.

Minat masyarakat menggunakan OVO dipengaruhi oleh berbagai macam faktor, mulai dari faktor kepraktisan atau efektivitas dari penggunaannya, mudah dalam penggunaannya, dan faktor-faktor lain yang melatarbelakangi minat seseorang dalam penggunaannya. Dari tabel di atas, dapat dijelaskan bahwa faktor kemudahan yang diberikan OVO dalam bertransaksi ditunjang dengan pembayaran dengan OVO terasa lebih mudah karena penggunaan OVO hanya melalui *smartphone*, fiturnya pun sangat mudah dimengerti dan digunakan, pengguna hanya perlu menekan tombol yang sudah ada sesuai dengan layanan yang dibutuhkan.

Dengan berbagai layanan (*service*) yang diberikan OVO kepada konsumen, OVO ingin menjangkau layanannya sebagai sebuah *simple payment system* dan *smart financial services*. Sebagai aplikasi finansial terbaru, OVO melakukan berbagai inovasi strategi untuk memperkenalkan produknya agar dapat dikenal serta diterima dalam masyarakat. Hal tersebut terbukti dari banyaknya jumlah pengguna aplikasi OVO yang telah mencapai sepuluh juta pengguna pada bulan Juli 2018. Strategi yang dilakukan OVO pun sangat beragam, mulai dari promosi besar-besaran hingga melakukan *partnership*. OVO karena terdapat banyak keuntungan dari promo

yang ditawarkan OVO. Pengguna OVO juga diberi keuntungan-keuntungan lain, yaitu potongan harga, *cashback* yang beragam hingga promo-promo lain jika konsumen melakukan pembayaran menggunakan aplikasi OVO.

Banyaknya kemudahan dan kenyamanan yang diberikan oleh OVO dalam melakukan transaksi pembayaran secara online yang membuat masyarakat tertarik untuk menggunakan OVO dalam kehidupan sehari-hari.

4. Kesimpulan

- a. Perlindungan hukum terhadap konsumen yang menggunakan pembayaran melalui aplikasi OVO dilakukan melalui upaya perlindungan hukum preventif, yaitu melalui peraturan perundang-undangan yaitu Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dengan tujuan untuk mencegah sebelum terjadinya pelanggaran. Adapun perlindungan hukum represif yaitu perlindungan akhir berupa sanksi seperti denda, penjara, dan hukuman tambahan lainnya.
- b. Strategi OVO dalam pelayanan (*service*) terhadap konsumen di era *e-money* di Indonesia, yaitu konsumen pengguna aplikasi OVO merasa puas dalam pelayanan aplikasi OVO baik dari segi kemanfaatan sebagai alat pembayaran, dari segi kemudahan penggunaan dengan pembayaran melalui *smartphone* kapan dan di mana saja, serta dari segi promosi OVO menyediakan banyak promo serta *cashback* maupun diskon saat bertransaksi menggunakan aplikasi OVO.

Referensi

- Asikin, Z. (2015). *Pengantar Ilmu Hukum*. RajaGrafindo Persada.
- Hadjon, P. M. (1987). *Perlindungan Hukum bagi Rakyat di Indonesia*. Bina Ilmu.
- Hermansyah. (2005). *Hukum Perbankan Nasional Indonesia*. Kencana Predana Media Group.
- Miru, A., & Yodo, S. (2010). *Hukum Perlindungan Konsumen*. RajaGrafindo Persada.
- Nasution, Az. (2000). *Hukum Perlindungan Konsumen: Suatu Pengantar*. Daya Widya.
- Pranoto, & Salsabila, S. S. (2019). Eksistensi Kartu Kredit dengan Adanya Electronic Money (e-Money) Sebagai Alat Pembayaran yang Sah. *Jurnal Privat Law*, 7(1), 31–35. <https://doi.org/10.20961/privat.v7i1.30092>
- Rahardjo, S. (2000). *Ilmu Hukum*. Citra Aditya Bakti.
- Shidarta. (2004). *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Bima Bakti.
- Widjanarto. (1994). *Hukum dan Ketentuan Perbankan di Indonesia*. Pustaka Utama Grafiti.
- Zulham. (2016). *Hukum Perlindungan Konsumen*. RajaGrafindo Persada.