

Kajian Hukum Terhadap Klausula Baku Non-Refundable Dalam Perjanjian Pemesanan Hotel Online

Legal Review of Non-Refundable Standard Clauses in Online Hotel Booking Agreements

Davita Maisinda Suwandy¹, Debby Safrawa², Dina Rizki Maretha³

¹⁻³Institut Pariwisata Trisakti

Email: davitameisinda@gmail.com¹, dsafrawa@gmail.com², dinarizkimaretha@gmail.com³

Abstract: *The digitalization of the tourism industry through Online Travel Agent (OTA) platforms has led to the widespread use of non-refundable standard clauses in hotel bookings, in which consumer payments cannot be returned in the event of cancellation. These clauses raise legal concerns because they are unilateral in nature and potentially violate the principle of contractual balance. This normative (doctrinal) legal research aims to analyze the pattern of applying non-refundable clauses that are considered detrimental to consumers and to assess their compliance with the principles of transparency and clear information as regulated in Law Number 8 of 1999 on Consumer Protection (UUPK). The results and discussion show that non-refundable clauses are often applied rigidly and absolutely, even in cases of cancellations caused by system errors or force majeure, which substantively reduces consumer rights and potentially conflicts with Article 18 of the UUPK. In addition, the presentation of non-refundable information that is not prominent or is vague on digital platforms leads to consumer consent that is not based on full awareness, violating consumers' rights to accurate, clear, and honest information (Articles 4 and 7 of the UUPK). It is concluded that the validity of such clauses highly depends on the transparency of information and the good faith of business actors. There is a need for regulatory reinforcement and industry standards that guarantee consumers' rights to obtain fair refunds under certain conditions.*

Abstract: Digitalisasi industri pariwisata melalui platform Online Travel Agent (OTA) telah menyebabkan meluasnya penerapan klausula baku non-refundable dalam pemesanan hotel, di mana pembayaran konsumen tidak dapat dikembalikan jika terjadi pembatalan. Klausula ini menimbulkan persoalan hukum karena bersifat sepihak dan berpotensi melanggar asas keseimbangan kontraktual. Penelitian hukum normatif (doktrinal) ini bertujuan menganalisis pola penerapan klausula non-refundable yang dianggap merugikan konsumen dan menilai kesesuaiannya dengan prinsip keterbukaan dan informasi yang jelas sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Hasil dan pembahasan menunjukkan bahwa klausula non-refundable sering diterapkan secara kaku dan mutlak, bahkan dalam kasus pembatalan akibat kesalahan sistem atau force majeure, yang secara substantif mengurangi hak konsumen dan berpotensi bertentangan dengan Pasal 18 UUPK. Selain itu, penyajian informasi non-refundable yang tidak menonjol atau samar dalam platform digital mengakibatkan persetujuan konsumen tidak didasarkan pada kesadaran penuh, melanggar hak konsumen atas informasi yang benar, jelas, dan jujur (Pasal 4 dan Pasal 7 UUPK). Disimpulkan bahwa keabsahan klausula ini sangat bergantung pada transparansi informasi dan itikad baik pelaku usaha. Diperlukan penegasan regulasi dan standar industri yang menjamin hak konsumen untuk memperoleh pengembalian dana yang adil dalam kondisi tertentu.

Article History

Received: Oktober 29, 2025

Revised: Oktober 30, 2025

Published: November 24, 2025

Keywords :

Standard Clause, Non-Refundable, Online Hotel Booking, Consumer Protection, Information Transparency.

Kata Kunci :

Klausula Baku, Non-Refundable, Pemesanan Hotel Online, Perlindungan Konsumen, Keterbukaan Informasi.



<https://doi.org/10.5281/zenodo.17778618>

This is an open-access article under the [CC-BY-SA License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

PENDAHULUAN

Industri pariwisata telah lama menjadi salah satu sektor yang mendukung pertumbuhan ekonomi global, memberikan kontribusi besar terhadap pendapatan negara, penciptaan lapangan kerja, dan peningkatan pemahaman antar budaya UNWTO (2020). Seiring dengan perkembangan zaman, dunia pariwisata telah mengalami transformasi besar-besaran, yang sebagian besar dipengaruhi oleh

kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Digitalisasi menjadi salah satu faktor utama yang mengubah wajah industri pariwisata, menghubungkan pelaku industri dengan wisatawan secara lebih efisien dan efektif.

Dengan adanya kemajuan teknologi informasi telah mendorong perubahan signifikan dalam pola konsumsi masyarakat, termasuk dalam pemesanan layanan akomodasi melalui platform digital atau *online travel agent* (OTA). Dalam praktiknya, pelaku usaha OTA banyak menerapkan klausula baku *non-refundable*, yaitu ketentuan yang menyatakan bahwa pembayaran konsumen tidak dapat dikembalikan jika terjadi pembatalan pesanan. Klausula ini menimbulkan persoalan hukum karena bersifat sepihak serta tidak melalui proses negosiasi, sehingga berpotensi menempatkan konsumen pada posisi yang tidak seimbang Sutiyoso (2020). Dalam perspektif hukum perlindungan konsumen, Pasal 18 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen melarang pelaku usaha mencantumkan klausula yang mengurangi hak konsumen atau meniadakan pertanggung jawaban pelaku usaha Nasution (2019). Selain itu, klausula *non-refundable* juga perlu dianalisis melalui prinsip-prinsip fundamental hukum kontrak seperti asas kebebasan berkontrak, itikad baik, proporsionalitas, dan keseimbangan posisi para pihak Fuady (2017). Dengan meningkatnya penggunaan layanan pemesanan hotel *online* di Indonesia, kajian mendalam mengenai keabsahan dan implikasi hukum dari keberadaan klausula baku *non-refundable* menjadi penting untuk memberikan kepastian hukum serta perlindungan yang memadai bagi konsumen maupun pelaku usaha.

Berangkat dari kondisi tersebut, penelitian ini dirumuskan untuk menjawab pertanyaan, yaitu: bagaimana pola penerapan klausula baku *non-refundable* dalam perjanjian pemesanan hotel *online* dapat dianggap merugikan konsumen serta sejauh mana klausula *non-refundable* dalam perjanjian pemesanan hotel *online* memenuhi prinsip keterbukaan dan informasi yang jelas sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Sejalan dengan rumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik dan karakteristik klausula *non-refundable* dalam pemesanan hotel *online*, mengidentifikasi landasan hukum dan batasannya, menilai kesesuaiannya dengan prinsip keterbukaan dan informasi berdasarkan peraturan perundang - undangan.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif (doktrinal), yaitu penelitian yang berfokus pada norma hukum positif, asas hukum, dan doktrin yang berlaku Soekanto & Mamudji (2018). Pendekatan yang digunakan meliputi pendekatan perundang-undangan (*statute approach*), yakni menelaah peraturan yang berkaitan dengan kontrak, transaksi elektronik, dan perlindungan konsumen, serta pendekatan konseptual (*conceptual approach*) untuk mengkaji teori-teori umum mengenai kontrak baku, prinsip kebebasan berkontrak, dan perlindungan konsumen dalam transaksi digital Marzuki (2017).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perubahan sistem transaksi dalam industri perhotelan dari metode konvensional menuju metode digital membawa implikasi hukum yang signifikan terhadap hubungan antara pelaku usaha dan konsumen. Pemesanan kamar hotel melalui platform digital seperti Traveloka, Agoda, Tiket.com, dan sejenisnya mengubah sepenuhnya cara perjanjian dibentuk. Konsumen tidak lagi berinteraksi langsung dengan pihak hotel, melainkan berhadapan dengan sistem elektronik yang sudah menyiapkan seluruh ketentuan secara baku Dion et al. (2024). Semua informasi mengenai tarif, fasilitas, kebijakan pembatalan, dan pengembalian dana ditetapkan sepihak oleh pelaku usaha dalam format klausula baku. Konsumen yang ingin melanjutkan transaksi hanya dapat menerima seluruh ketentuan tersebut tanpa

memiliki ruang negosiasi. Soediono et al. (2023) menggambarkan bahwa karakteristik perjanjian elektronik semacam ini menyebabkan konsumen berada pada posisi yang sangat lemah secara struktural karena otoritas penentuan isi perjanjian berada pada tangan pelaku usaha. Ketergantungan konsumen terhadap informasi yang disediakan platform membuat hubungan hukum ini sangat dipengaruhi oleh bagaimana informasi itu disajikan dan dipahami.

Dalam mekanisme pemesanan hotel *online*, salah satu ketentuan yang paling sering menimbulkan persoalan adalah klausula *non-refundable*, yaitu ketentuan bahwa biaya yang telah dibayarkan tidak dapat dikembalikan meskipun pemesanan dibatalkan oleh konsumen. Klausula ini diberlakukan dengan alasan efisiensi dan kepastian operasional bagi pelaku usaha, terutama agar hotel dapat memastikan tingkat okupansi. Namun kenyataan di lapangan menunjukkan banyak konsumen merasa dirugikan karena tidak memahami bahwa tarif yang mereka pilih adalah tarif yang tidak dapat dikembalikan. Ridha (2024) mengemukakan bahwa sebagian besar konsumen lebih tertarik pada harga yang lebih murah dan ulasan hotel sehingga mereka kurang memperhatikan syarat pembatalan yang justru memiliki dampak langsung terhadap hak mereka. Hal ini memperlihatkan bahwa karakter tampilan informasi dan cara penyajiannya dalam platform digital berpengaruh besar terhadap pemahaman konsumen atas isi perjanjian yang mereka setuju.

Hukum perlindungan konsumen memberikan kerangka normatif untuk menilai sejauh mana klausula *non-refundable* dapat diberlakukan secara sah. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) menegaskan bahwa pelaku usaha tidak boleh mencantumkan klausula baku yang mengurangi kewajiban atau menghilangkan hak konsumen. Pasal 18 secara jelas melarang ketentuan yang menyatakan bahwa pelaku usaha dapat mengalihkan tanggung jawab atau menolak pengembalian pembayaran (Nasution & Harris (2025)). Dalam skema pemesanan hotel *online*, klausula *non-refundable* dapat bertentangan dengan ketentuan tersebut apabila diterapkan untuk menolak pengembalian dana meskipun pembatalan terjadi bukan karena kesalahan konsumen. Banyak kasus pemesanan hotel, seperti yang dinyatakan oleh Dwipa & Astariyani (2019), menunjukkan bahwa pembatalan yang disebabkan oleh kesalahan sistem, perubahan operasional hotel, atau kendala teknis pada platform sering kali tetap dibebankan kepada konsumen dengan merujuk pada klausula *non-refundable*. Hal ini memperlihatkan bahwa ketentuan *non-refundable* tidak selalu berfungsi sebagai kebijakan harga, tetapi kerap menjadi sarana bagi pelaku usaha untuk membatasi kewajibannya secara tidak proporsional.

Penyampaian informasi juga mengenai ketentuan *non-refundable* sangat menentukan bagaimana konsumen memahami hak dan kewajiban yang melekat pada pemesanan yang mereka lakukan. Pasal 4 UUPK memberikan hak kepada konsumen untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa yang diterima. Pasal 7 huruf b mewajibkan pelaku usaha menyediakan informasi yang tidak menyesatkan dan dapat dipahami dengan mudah oleh konsumen. Apabila klausula *non-refundable* hanya ditampilkan secara samar, menggunakan huruf kecil, atau ditempatkan di bagian bawah halaman pemesanan, maka konsumen tidak dapat menilai secara adil akibat hukum dari pilihannya. Penelitian Ridha (2024) menunjukkan bahwa sebagian besar platform menempatkan informasi *non-refundable* dalam format teks yang tidak menonjol, sehingga konsumen cenderung melewatinya. Hal ini menunjukkan bahwa penyampaian informasi formal tidak cukup apabila tidak dibarengi dengan penyajian yang membuat konsumen benar-benar memahami isi perjanjian.

Pengaruh penyajian informasi terhadap realisasi persetujuan konsumen berkaitan langsung dengan asas itikad baik dalam hukum perjanjian. Jika konsumen tidak diberi kesempatan yang wajar untuk memahami bahwa biaya tidak dapat dikembalikan, maka persetujuan yang diberikan tidak dapat

dianggap sebagai persetujuan yang bulat dan berkesadaran penuh. Dalam kondisi tersebut, pelaku usaha tidak hanya melanggar kewajiban informatif, tetapi juga menghilangkan peluang konsumen untuk membuat keputusan yang proporsional. Situasi ini lebih bermasalah ketika pelaku usaha menerapkan klausula *non-refundable* secara mutlak, bahkan ketika pembatalan terjadi karena keadaan memaksa, kesalahan platform, atau kegagalan penyedia jasa memenuhi kewajibannya. Penerapan yang kaku dan tidak mempertimbangkan keadaan-keadaan tersebut menunjukkan ketidakseimbangan posisi hukum yang jelas dan bertentangan dengan asas keadilan serta asas keseimbangan hak dan kewajiban sebagaimana termuat dalam Pasal 2 UUPK.

Berdasarkan penjelasan tersebut, kedudukan hukum klausula *non-refundable* sangat ditentukan oleh bagaimana pelaku usaha menyajikan informasi, cara konsumen memberikan persetujuan, serta bagaimana klausula tersebut diterapkan dalam kasus pembatalan. Klausula *non-refundable* dapat diterima sebagai bagian dari kebijakan harga apabila seluruh informasi diberikan secara transparan dan tidak diterapkan secara mutlak dalam keadaan di luar kontrol konsumen. Sebaliknya, klausula tersebut menjadi merugikan dan tidak sah apabila mengurangi hak konsumen untuk memperoleh pengembalian dana atau ganti rugi, apabila informasi disembunyikan atau tidak disajikan secara layak, serta apabila klausula tersebut dijadikan dasar untuk menghindari tanggung jawab pelaku usaha. Dengan demikian, klausula *non-refundable* tidak dapat dipandang semata-mata sebagai kebijakan komersial, tetapi merupakan ketentuan yang harus diuji melalui prinsip keadilan dan kewajiban hukum yang melekat pada pelaku usaha dalam transaksi digital.

SIMPULAN

Klausula baku *non-refundable* dalam perjanjian pemesanan hotel *online* menimbulkan dilema hukum yang signifikan terkait perlindungan konsumen. Penerapan klausula ini, meski bertujuan untuk memberikan efisiensi dan kepastian bagi pelaku usaha, seringkali mengabaikan hak-hak konsumen terutama dalam hal pembatalan yang bukan disebabkan oleh kesalahan konsumen. Prinsip keterbukaan dan informasi yang jelas menjadi krusial dalam menilai keabsahan klausula *non-refundable*. Jika informasi mengenai kebijakan ini disajikan secara samar, tersembunyi, atau tidak mudah dipahami oleh konsumen, maka persetujuan konsumen tidak dapat dianggap sah dan berkesadaran penuh.

Perlu adanya penegasan lebih lanjut dalam peraturan perundang-undangan mengenai batasan-batasan yang jelas terkait penerapan klausula ini, serta mekanisme penyelesaian sengketa yang mudah diakses dan terjangkau bagi konsumen. Pendekatan kolaboratif antara pemerintah, pelaku usaha, dan organisasi konsumen diperlukan untuk mengembangkan standar industri yang menjunjung tinggi prinsip-prinsip perlindungan konsumen dan praktik bisnis yang etis. Standar ini dapat mencakup panduan mengenai penyampaian informasi yang transparan, mekanisme pengembalian dana yang adil dalam kondisi tertentu (misalnya, pembatalan karena alasan *force majeure*), dan prosedur pengaduan yang efektif. Dengan demikian, klausula *non-refundable* dapat berfungsi sebagai instrumen komersial yang sah, asalkan penerapannya tidak melanggar hak-hak konsumen dan prinsip-prinsip keadilan dalam transaksi *online*.

REFERENSI

- Dion, K. A., Mahendrawati, N. L. M., & Arini, D. G. D. (2024). Akibat Hukum Dari Wanprestasi Dalam Transaksi Pemesanan Hotel di Bali Secara Online. *Jurnal Analogi Hukum*, 6(3), 336–343.
- Dwipa, K. C., & Astariyani, N. L. (2019). PEMBATALAN TIKET HOTEL ONLINE SECARA SEPIHAK OLEH PIHAK AGODA. *Kertha Semaya : Journal Ilmu Hukum*.

- Fuady, M. (2017). *Hukum Kontrak: Dari Sudut Pandang Hukum Bisnis*. Citra Aditya Bakti.
- Marzuki, P. M. (2017). *Penelitian Hukum*. Kencana.
- Nasution, A. Z. (2019). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Rajawali Pers.
- Nasution, H. R., & Harris, A. (2025). Kedudukan Konsumen dalam Hubungan Hukum dengan Pelaku Usaha di Indonesia. *Locus Journal of Academic Literature Review*, 4(6), 470–484.
- Ridha, M. (2024). Praktik Sewa Menyewa Hotel Melalui Aplikasi Online: Tinjauan Hukum Positif. *YUDHISTIRA: Jurnal Yurisprudensi, Hukum Dan Peradilan*, 2(1), 13–19.
- Soediono, R., Doroh, G., Hidayat, A. T., & Afandi, M. I. (2023). Perlindungan konsumen berdasarkan klausula baku dalam kontrak digital sebagai wujud kepatuhan terhadap undang-undang. *Asy-Syari'ah: Jurnal Hukum Islam*, 9(1), 102–109.
- Soekanto, S., & Mamudji, S. (2018). *Penelitian hukum normatif: Suatu tinjauan singkat*. Rajawali Pers.
- Sutiyoso, B. (2020). Klausula Baku dalam Transaksi Elektronik dan Perlindungan Konsumen. *Jurnal Hukum & Pembangunan*, 50(2), 245–260.
- UNWTO. (2020). *International Tourism Highlights, 2020 Edition*. World Tourism Organization.