

Kepastian Hukum dalam Perdagangan Online Guna Mewujudkan Perlindungan Hukum Konsumen

Rina Maulidah, ✉ Haura Atthahara, Kariena Febriantini

Universitas Singaperbangsa Karawang
rmaulidah74@gmail.com, ✉ haura.atthahara@fisip.unsika.ac.id, kariena.febriantini@fisip.unsika.ac.id

Page | 37

Abstract

Trading activities are increasing rapidly in society, particularly in the age of globalization, and everything is becoming easier as technology advances. This also has an impact on community trading activities, which no longer take place conventionally but only through internet-connected mobile phones; this type of trade is commonly referred to as e-commerce. The benefits of buying and selling transactions are numerous, but with the availability of buying and selling online, it is inevitable that consumer rights will be violated. The current regulations are clearly different from how buying and selling transactions are now conducted over the internet. The goal of this research is to discover how to regulate online trading laws and regulations, as well as to solve legal problems in online trading. This study employs a qualitative approach with a normative legal approach. According to the findings of this study, e-commerce transactions are governed by Law Number 11 of 2008 concerning Information and Electronic Transactions (UU ITE), which was then amended by Law Number 19 of 2016 concerning Amendments to Law Number 11 of 2008 concerning Information and Electronic Transactions, among other regulations. Problems in e-commerce transactions can be resolved through legal or litigation, non-litigation, or out of court.

Keywords: : *Online Trading; Legal protection; Consumer*

Abstrak

Kegiatan Perdagangan meningkat pesat di masyarakat, terlebih di era globalisasi segala sesuatunya menjadi semakin mudah karena telah berkembangnya teknologi yang semakin maju. Hal itu juga berdampak pada kegiatan perdagangan di masyarakat yang tidak lagi terjadi secara konvensional melainkan hanya melalui handphone berbasis internet, jenis perdagangan ini lazim disebut sebagai e-commerce. Keuntungan dari transaksi perdagangan ini memang sangat banyak, tetapi dengan adanya perdagangan secara online tentu akan sangat berisiko kepada hak-hak bagi konsumen yang tidak dipenuhi. Peraturan yang telah ada jelas berbeda dengan cara transaksi jual-beli itu dilakukan sekarang melalui internet. Tujuan dari penelitian ini adalah guna mengetahui bagaimana pengaturan mengenai perdagangan online di dalam peraturan perundang-undangan dan penyelesaian masalah dalam perdagangan online secara hukum. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan yuridis normative. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa transaksi e-commerce telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) yang diperbarui dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, serta berbagai Peraturan lainnya. Mengenai penyelesaian permasalahan dalam transaksi e-commerce dapat melalui jalur hukum atau litigasi maupun non litigasi atau jalur diluar pengadilan.

Kata kunci: *Perdagangan Online; Perlindungan Hukum; Konsumen*

Received: 2022-04-17

Accepted: 2022-06-22

Published 2022-06-27

A. Pendahuluan

Globalisasi membawa dampak pada pengaruh perkembangan Internet, dimana perekonomian dunia memasuki era baru yang lebih modern dengan istilah digital economic atau ekonomi digital. Kemunculannya ditandai dengan semakin banyaknya masyarakat dunia yang menggunakan internet untuk kegiatan perekonomian. Salah satu contohnya adalah pada sektor Perdagangan yang semakin banyak mengandalkan perdagangan elektronik atau *electronic commerce (e-commerce)* sebagai media transaksi.¹ Hal ini tentunya membawa pengaruh terhadap perkembangan bisnis di Indonesia yang semakin efektif dan efisien. Dengan kehadiran e-commerce konsumen tidak perlu lagi datang secara langsung untuk membeli suatu barang, tetapi cukup dengan memesan melalui internet dan membaca deskripsi serta syarat dan ketentuan yang telah dibuat oleh si penjual menggunakan media elektronik. Faktor lainnya yang menjadi pendorong berkembang pesatnya transaksi perdagangan online di Indonesia karena, besarnya pengguna internet.

Pada Konsep perdagangan jual beli *e-commerce* tidak secara langsung menimbulkan perikatan antara para pihak penjual dan pihak pembeli untuk memberikan suatu prestasi. Dampak dari adanya perikatan itu adalah timbulnya hak dan kewajiban yang harus dipenuhi oleh para pihak yang terlibat dalam suatu perikatan. Dalam jual beli yang menimbulkan adanya perikatan menyebabkan adanya hubungan para pihak, yakni pihak yang satu berhak prestasi dan pihak lainnya wajib memenuhi prestasi, begitu juga sebaliknya.² Perikatan atau yang biasa disebut dengan kontrak memiliki fungsi yang sangat berarti pada kehidupan masyarakat sosial, khususnya dalam sektor perdagangan. Pada dasarnya perjanjian telah lahir dan mempunyai sifat mengikat para pihak yang terjadi pada saat terjadinya persesuaian kehendak para pihak terkait unsur pokok dari perjanjian tersebut. Seperti contoh, seandainya pada perjanjian jual beli sudah terjadinya kesepakatan mengenai "barang dan harga," lahirnya perjanjian, sebaliknya segala sesuatu yang belum diperjanjikan untuk para pihak hendaknya ditentukan oleh undang-undang. Perjanjian jual beli, khususnya jual beli barang bergerak merupakan perjanjian yang bersifat konsensual, artinya perjanjian ini bersifat mengikat pada saat terjadinya kesepakatan antara pihak

¹ Cindy Aulia Khotimah and Jeumpa Crisan Chairunnisa, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen dalam Transaksi Jual Beli-Online (*E-Commerce*)," *Business Law Review* 01, No. 01 (2016): 14-20, <https://law.uii.ac.id/wp-content/uploads/2016/12/blc-fhuiu-v-01-02-cindy-aulia-khotimah-jeumpa-crisan-chairunnisa-perlindungan-hukum-bagi-konsumen-dalam-transaksi-jual-beli-online-e-commerce.pdf>.

² Ardiana Hidayah, "Jual Beli E-Commerce dalam Perspektif Hukum Islam," *Solusi* 17, No. 1 (2019): 84-93, <https://doi.org/http://doi.org/10.36546/solusi.v17i1.155>.

yang terlibat, walaupun harganya belum dibayar kepada penjual dan barangnya belum diserahkan kepada pembeli.³

Meskipun telah ditegaskan bahwa perjanjian muncul pada saat tercapainya kesepakatan mengenai hal pokok dalam kontrak tersebut, akan tetapi, terdapat beberapa hal yang mesti diketahui sebagai syarat perjanjian yang telah tercantum dalam Pasal 1320 *Burgelijk Wetboek* (BW) antara lain: a) kesepakatan mereka (pihak-pihak yang terlibat) yang mengikat dirinya; b) kecakapan untuk membuat suatu perjanjian; c) suatu pokok persoalan tertentu; dan d) suatu sebab yang tidak terlarang atau biasa disebut dengan klausa yang halal.

Menurut Siregar, *Electronic Commerce* atau yang lebih dikenal dengan istilah *e-commerce* merupakan suatu proses pembelian, penjualan atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan komputer (internet). *E-commerce* merupakan bagian dari *e-business*, di mana dalam cakupan *e-business* lebih luas, tidak hanya sekedar perniagaan tetapi mencakup juga pengkolaborasi mitra bisnis, pelayanan nasabah, lowongan pekerjaan, dan lain sebagainya. Selain teknologi jaringan *www*, *e-commerce* juga memerlukan teknologi basis data atau pangkalan data (*database*), surat elektronik (*e-mail*), dan bentuk teknologi non komputer yang lain seperti halnya sistem pengiriman barang melalui ekspedisi, dan alat pembayaran untuk *e-commerce*.⁴ Sekalipun adanya *e-commerce* ini mempunyai berbagai dampak positif, akan tetapi juga tidak memungkiri adanya dampak negatif. Salah satu contoh dari adanya dampak negatif yaitu permasalahan yang dihadapi konsumen tidak hanya sekedar bagaimana memilih barang, tetapi jauh lebih kompleks dari itu yang menyangkut pada kesadaran semua pihak, baik pelaku usaha, maupun konsumen itu sendiri tentang pentingnya perlindungan konsumen. Tujuan dari dibentuknya regulasi terkait dengan pengaturan perlindungan konsumen adalah untuk meningkatkan martabat dan kesadaran konsumen dan diharapkan secara tidak langsung dapat mendorong pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya dengan penuh rasa tanggung jawab. Selain dari pada itu, regulasi ini juga sebagai implementasi *social control* yang dilakukan oleh konsumen terhadap perbuatan dan perilaku pelaku usaha. Pemerintah menyadari bahwa diperlukan sebuah Undang-Undang serta peraturan-peraturan secara komprehensif yang dapat menaungi segala sektor yang berkaitan dengan berpindahannya barang dan jasa dari pelaku usaha ke konsumen, dan pemerintah

³ Muhammad Kamran and Maskun, "Penipuan Dalam Jual Beli Online : Perspektif Hukum Telematika," *Balobe Law Journal* 1, No. 1 (2021): 41–56, <https://doi.org/10.47268/balobe.v1i1.501>.

⁴ Ika Atikah, "Pengaturan Hukum Transaksi Jual Beli Online (*E-Commerce*) Di Era Teknologi," *Muamalatuna* 10, No. 2 (2019): 1–27, <http://dx.doi.org/10.37035/mua.v10i2.1811>.

memiliki peran penting sebagai pengawas dalam berjalannya peraturan serta Undang-Undang tersebut agar berjalan dengan baik.

Beberapa permasalahan yuridis yang timbul berkenaan *e-commerce* diantaranya adalah perlindungan konsumen, hal ini dikarenakan beberapa karakteristik khas dari *e-commerce* yang akan menepatkan pihak konsumen pada posisi yang rentan bahkan dirugikan. Seperti perusahaan yang terjaring melalui internet (*the internet merchant*) tidak memiliki alamat fisik di suatu negara tertentu, sehingga menyulitkan konsumen untuk dapat mengembalikan (*return*) produk yang tidak sesuai dengan pesanan yang telah disediakan di layanan *e-commerce*, konsumen juga sulit memperoleh jaminan untuk mendapatkan *local follow up service or repair* dan terkait masalah mekanisme pembayaran, serta perlindungan data-data pribadi konsumen yang diberikan kepada pihak perusahaan pada saat sebelum memulai transaksi.⁵

Penelitian yang mengkaji permasalahan terkait perlindungan konsumen dalam bertransaksi di *e-commerce* karena penting sekali untuk dikaji agar konsumen bisa mendapatkan kepastian hukum dan jaminan terpenuhi hak-haknya. Atas dasar latar belakang tersebut peneliti pada paper ini akan menguraikan permasalahan tentang bagaimana pengaturan perdagangan online (*e-commerce*) dalam peraturan perundang-undangan, bagaimana penyelesaian masalah dalam perdagangan online (*e-commerce*) secara hukum guna melindungi kepentingan kedua belah pihak baik penjual atau pembeli. Peneliti berusaha memberikan kejelasan peraturan agar para pengguna *e-commerce* dapat bertransaksi dengan aman dan nyaman.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini berjenis penelitian normatif yang menggunakan analisis kualitatif yakni dengan mengumpulkan dan menjelaskan data-data yang akan dikaji dan disajikan dalam bentuk narasi yang padat.⁶ Pendekatan yuridis normatif

5 Dahlia, "Perlindungan Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli Melalui Media Internet (E-Commerce)," *Wacana Hukum VIII*, No. 1 (2009): 37–51, <https://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/Wacana/article/view/321/283>.

6 Soerjono Soekanto and Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif : Suatu Tinjauan Singkat* (Jakarta: Rajawali Pers, 2015).

mendorong peneliti untuk menelaah teori, konsep, ataupun asas hukum.⁷ Cara penelitian ini dilakukan dengan menganalisis bahan-bahan data sekunder berupa undang-undang, asas-asas hukum, doktrin-doktrin ahli hukum, serta peraturan-peraturan hukum negara yang berkaitan dengan perdagangan online dan perlindungan konsumen. Metode analisis data ini dilakukan secara deskriptif-kualitatif yang didasarkan pada hasil kajian bahan-bahan studi kepustakaan dan landasan teori-teori yang disertai dengan argumen-argumen terkait dengan perdagangan online dan perlindungan hukum konsumen.

C. Hasil dan Pembahasan Penelitian

Transaksi e-commerce adalah segala bentuk transaksi perdagangan barang dan jasa melalui media elektronik. Dalam dunia internasional kontrak bisnis secara umum diatur melalui *United Nation in Contract for International Sale of Goods* (UNCSIG) 1980 dan 1986. Konvensi ini mengatur permasalahan kontraktual yang berhubungan dengan jual beli. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa transaksi perdagangan secara elektronik ini sesungguhnya mengandung banyak sekali aspek hukum yang harus diperhatikan, misalnya tentang legalitas adanya perjanjian jual beli yang dibuat dengan media elektronik, regulasi terhadap perlindungan bagi konsumen yang dirugikan, maupun tentang tata cara penyelesaian apabila terdapat sengketa antara pelaku usaha dan konsumen.⁸

Received: 2022-04-17
Accepted: 2022-06-22
Published 2022-06-27

Penggolongan e-commerce yang lazim dilakukan orang berdasarkan sifat transaksinya, antara lain: 1) *Business to business (B2B)* yaitu semua transaksi elektronik yang dilakukan antar perusahaan. Bisnis *e-commerce* dengan model ini adalah *bizzy.co.id* dan *ralali.com*; 2) *Business to Consumer (B2C)*, dalam sistem ini terdapat keterlibatan langsung pelaku bisnisnya antara penjual atau perusahaan dengan konsumen akhir (*individual buyer*). Jenis bisnis ini

⁷ Zulfi Diane Zaini, "Implementasi Pendekatan Yuridis Normatif Dan Pendekatan Normatif Sosiologis Dalam Penelitian Ilmu Hukum," *Pranata Hukum* 6, no. 2 (2011): 116–32, <https://doi.org/https://doi.org/10.36448/pranatahukum.v6i2.102>.

⁸ Rosalinda Elsin Latumahina, "Aspek-Aspek Hukum Dalam Transaksi Perdagangan Secara Elektronik," *Gema Aktualita* 4, No. 1 (2015): 43–53, [http://dspace.uhsurabaya.ac.id:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/219/Aspek-Aspek Hukum Dalam Transaksi Perdagangan Secara Eletronik.pdf?sequence=1](http://dspace.uhsurabaya.ac.id:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/219/Aspek-Aspek%20Hukum%20Dalam%20Transaksi%20Perdagangan%20Secara%20Eletronik.pdf?sequence=1).

berkembang dengan pesat, dikarenakan dukungan dengan munculnya platform website serta banyaknya toko virtual bahkan mall di internet yang menyediakan beragam kebutuhan masyarakat. Contoh *e-commerce* yang menerapkan model ini adalah Bhinneka dan Tiket.com; 3) *Consumer to Consumer (C2C)*, transaksi elektronik antar konsumen dimana pada umumnya transaksi ini dilakukan melalui pihak ketiga yang menyediakan platform online untuk melakukan transaksi tersebut. Portal *e-commerce* yang menggunakan konsep C2C diantaranya Tokopedia, Bukalapak, Elevania dan lain-lain; 4) *Consumer to Business (C2B)*, transaksi yang dilakukan antara pelaku bisnis perseorangan dengan suatu atau beberapa perusahaan. Salah satu Portal *e-commerce* yang menerapkan model bisnis seperti ini yaitu priceline.com; 5) *Business-to-Administration (B2A)*, transaksi yang dilakukan secara online antara perusahaan dengan administrasi publik pemerintah. Jenis *e-commerce* ini melibatkan banyak layanan, khususnya seperti di bidang fiskal, jaminan sosial, ketenagakerjaan, dokumen hukum dan register, dan lainnya. Salah satu Website administrasi publik yang menerapkan B2A adalah [www. bpjs-online.com](http://www.bpjs-online.com); 6) *Consumer-to-Administration (C2A)* transaksi elektronik yang dilakukan antara individu dan administrasi publik. Beberapa bidang yang menggunakan jenis *e-commerce* ini antara lain, Pendidikan, penyebaran informasi, proses pembelajaran jarak jauh, dan lainnya; 7) *Online-to-Offline (O2O)*, salah satu jenis *e-commerce* yang membuat pelanggan tertarik dari saluran online untuk ke toko fisik. O2O mengidentifikasi pelanggan di bidang online menggunakan email dan iklan internet dengan berbagai alat dan pendekatan untuk dapat menarik pelanggan agar meninggalkan lingkup online. Beberapa contoh website di Indonesia yang menggunakan jenis ini adalah Kudo dan Matahari.

Dalam perkembangan teknologi informasi, harus disadari secara cermat dan teguh bahwa secanggih apapun perkembangan telekomunikasi dan teknologi informasi, maka harus tetap memperhatikan rambu-rambu dan prinsip-prinsip universal dalam kehidupan manusia, bermasyarakat, berbangsa dan bernegara. Prinsip-prinsip universal tersebut antara lain; kepentingan umum, ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku, hak asasi manusia orang lain, agama, kesusilaan, dan kesopanan. Dalam pandangan Hamad Steven, Internet merupakan *big bang* kedua, setelah *big bang* pertama, yaitu material *big*

bang menurut versi Stephen Hawking yang merupakan *knowledge big bang* dengan ditandai komunikasi *elektromagentoopis* via satelit maupun kabel yang didukung oleh eksistensi jaringan telefoni yang telah ada dan akan segera didukung oleh ratusan satelit yang sedang dan akan diluncurkan.⁹ Kemajuan teknologi informasi harus diimbangi dengan hukum yang progresif, dimana hukum mampu berjalan beriringan dengan perubahan-perubahan yang ada. Karena hukum berfungsi sebagai salah satu alat kontrol sosial, dimana dalam sektor perdagangan ini hukum melindungi hak dan kewajiban antar pihak yang terlibat agar dapat mengantisipasi adanya kerugian yang diterima.

Menurut ketentuan yang tercantum dalam Pasal 1 angka 10 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, disebutkan bahwa transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer atau media elektronik lainnya. Transaksi jual beli secara elektronik merupakan salah satu bentuk implementasi ketentuan di atas. Pada saat melakukan transaksi jual beli secara elektronik ini, para pihak yang terkait didalamnya, secara tidak langsung melakukan hubungan hukum yang dituangkan dalam suatu bentuk perjanjian menggunakan media elektronik dan selaras dengan ketentuan Pasal 1 angka 18 Undang-Undang Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), yang menyebutkan hal demikian sebagai kontrak elektronik yakni perjanjian yang dimuat dalam dokumen elektronik atau media elektronik lainnya, dalam hal ini termasuk e-mail yang digunakan juga dapat digolongkan sebagai "pemberitahuan tertulis" dalam transaksi elektronik. Mengingat perlunya diadakannya pengaturan terkait dengan hal tersebut, maka pada tahun 2008 lalu pemerintah mengeluarkan peraturan khusus yang mengatur transaksi melalui internet melalui Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang untuk selanjutnya disingkat UU ITE.

Received: 2022-04-17
Accepted: 2022-06-22
Published 2022-06-27

⁹ Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Transaksi Elektronik (Sebagai Panduan Dalam Menghadapi Era Digital Bisnis E-Commerce Di Indonesia)*, ed. Mulyani Zulaeha, 1st ed. (Bandung: Nusa Media, 2017), <http://eprints.ulm.ac.id/3931/1/2>. Buku Referensi Hukum Transaksi Elektronik di Indonesia. Karya tulis Dr. Abdul Halim Barkatullah%2C S.H.%2CM.Hum Cetak September Tahun Terbit 2017.pdf.

Regulasi atau pengaturan hukum berupa peraturan perundang-undangan tentang *cyber* dan *e-commerce* sudah seharusnya mencakup perangkat hukum yang berkaitan, sehingga menjadi satu subsistem yang terkodifikasikan dalam sistem hukum nasional. Oleh sebab itu, perlu dilakukan perluasan makna dari Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Undang-Undang hak cipta, Undang-Undang perlindungan konsumen, Undang-undang Informasi Teknologi Elektronik dan Undang-Undang merek terkait dengan hal tersebut. Pengaturan transaksi *e-commerce* dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 (selanjutnya disebut UU ITE) termasuk suatu langkah awal dari adanya harmonisasi hukum konvensional dan hukum pada era digital, dengan diakuinya *e-document* dapat dianggap sebagai perluasan hukum acara yang berlaku di Indonesia (Pasal 5 UU ITE). Akan tetapi, UU ITE sebagai payung hukum juga masih memerlukan Peraturan Pemerintah (PP) turunan sebagai petunjuk mekanisme dalam pelaksanaan implementasi transaksi elektronik.

Pengaturan transaksi *e-commerce* dalam UU ITE dapat dijabarkan sebagai berikut: (a) Diperlukannya keberadaan suatu Lembaga Sertifikasi Keandalan untuk melakukan sertifikasi terhadap pihak yang akan melakukan transaksi elektronik (Pasal 10); (b) Pengaturan pelaksanaan Transaksi Elektronik (Pasal 17 Ayat (3)); (c) Pengaturan mengenai Kontrak Elektronik terhadap Transaksi Elektronik (Pasal 18 Ayat (1)); (d) Penyelesaian Sengketa atas Transaksi Elektronik (Pasal 18 Ayat (3)); (e) Sistem Elektronik sebagai sistem pelaksanaan Transaksi Elektronik (Pasal 19); (f) Pengaturan mengenai Agen Elektronik sebagai perantara dalam melakukan Transaksi Elektronik (Pasal 21 dan 22).¹⁰

Pemerintah selaku *stakeholder* sekaligus regulator telah memberikan aturan-aturan terkait dengan *e-commerce*. Hal ini dapat dibuktikan dengan adanya Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan (UU Perdagangan), dimana ketentuan terkait *e-commerce* juga telah tertera dalam pasal 65 dan 66 Pasal. 65 ayat (1) yang menyatakan bahwa "Setiap pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa dengan menggunakan sistem elektronik yang tidak sesuai dengan data dan/atau informasi," Dalam Pasal 65

¹⁰ Direktorat Bina Usaha Perdagangan, Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri, and Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, "Laporan Akhir Naskah Akademik Rancangan Peraturan Pemerintah (RPP) Tentang Perdagangan secara Elektronik (*E-Commerce*)" (Jakarta, 2

ayat (4) tersebut dijelaskan kembali yang dimaksud data dan informasi pribadi antara lain: identitas dan legalitas pelaku usaha sebagai produsen atau pelaku usaha distribusi, persyaratan teknis barang yang ditawarkan, persyaratan teknis atau kualifikasi jasa yang ditawarkan, harga dan cara pembayaran barang dan atau jasa, dan cara penyerahan barang. Selanjutnya untuk melaksanakan aturan terkait e-commerce tersebut UU Perdagangan diamanatkan untuk membentuk aturan pelaksana melalui pasal 65 yang menyebutkan "Ketentuan lebih lanjut mengenai transaksi Perdagangan melalui Sistem Elektronik diatur dengan atau berdasarkan Peraturan Pemerintah". Rancangan Peraturan Pemerintah tentang transaksi perdagangan melalui sistem elektronik sebagaimana diamanatkan dalam UU Perdagangan tersebut saat ini dalam proses pembahasan oleh Kementerian Perdagangan bersama stakeholder terkait. Adapun penggunaan sistem elektronik sebagaimana dimaksud, wajib memenuhi ketentuan yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) yang telah diperbaharui melalui Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Perlindungan konsumen merupakan salah satu hal mendasar yang harus dapat diakomodir oleh pemerintah, hal ini dituangkan dalam bentuk Undang-Undang Perlindungan Konsumen, dimana dalam undang-undang ini telah memberikan hak dan kewajiban yang harus dipatuhi oleh para pelaku usaha. Mengingat banyaknya kasus penipuan yang marak terjadi di Indonesia membuat stigma negatif dalam masyarakat, terlebih bagi masyarakat yang tinggal di pedesaan yang masih minim teredukasi dan cenderung primitif. Melihat fenomena sosial tersebut, regulasi terkait dengan perlindungan konsumen dianggap perlu dan menjadi penting untuk mendapat perhatian khusus dari pemerintah, terlebih pengaturan perlindungan konsumen merupakan salah satu perwujudan dari adanya kepastian hukum yang mendorong pertumbuhan perdagangan e-commerce di Indonesia.¹¹ Transaksi melalui internet memberikan kemudahan, kenyamanan, dan kecepatan dalam setiap transaksi yang dilakukan. Hal inilah yang mendorong pesatnya pertumbuhan e-commerce di Indonesia.

Received: 2022-04-17
Accepted: 2022-06-22
Published: 2022-06-27

¹¹ Debi Tridata Pratni, "Tindak Pidana Penipuan Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Secara Elektronik (*e Commerce*)" (Universitas Indonesia, 2013).

Terlepas dari keuntungan dalam bisnis *e-commerce*, tidak menutup kemungkinan timbulnya kerugian terhadap pihak konsumen.

Kemungkinan kerugian yang diderita konsumen dapat berupa; pertama, wanprestasi dalam Pasal 1238 KUH Perdata. Transaksi *e-commerce* merupakan perjanjian jual beli sebagaimana yang dimaksud oleh Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Indonesia. Karena transaksi ini merupakan suatu perjanjian, maka perjanjian akan timbul juga apa yang disebut sebagai prestasi. Prestasi merupakan kewajiban suatu pihak untuk melakukan hal-hal yang tertera dalam suatu perjanjian. Apabila prestasi tidak dapat terpenuhi sebagaimana mestinya seperti yang tertuang dalam isi perjanjian atau kontrak oleh para pihak yang melaksanakan, hal ini disebut dengan wanprestasi. Wanprestasi yang dilakukan oleh pihak penjual merupakan kerugian bagi pihak konsumen. Dalam transaksi *e-commerce*, penjual mempunyai kewajiban untuk menyerahkan barang yang dijual kepada pembeli sesuai seperti yang sudah di jelaskan dalam deskripsi barang, serta penjual juga berkewajiban untuk menanggung cacat dari barang yang tersembunyi. Jika penjual tidak melaksanakan kewajibannya tersebut, penjual dapat dikatakan wanprestasi.¹²

Kedua, kerugian yang timbul akibat *cyber crimes* dalam Pasal 28 ayat (1) UU ITE. Tidak dapat dipungkiri bahwa dalam dunia *cyber* sangat mudah untuk melakukan tindak berbagai jenis kejahatan yang dapat merugikan konsumen. Kegiatan transaksi *e-commerce* yang semakin berkembang pesat, menarik minat para penjahat *cyber* untuk memanfaatkan data-data konsumen untuk menguntungkan dirinya sendiri. Kejahatan *cyber* sering disebut dengan *cyber crimes*. Jenis-jenis dari *cyber crimes* antara lain: Penipuan financial yang dalam mengoperasikannya menggunakan media computer atau media digital; Sabotase terhadap perangkat-perangkat digital, data-data milik orang lain, dan jaringan komunikasi data; Pencurian informasi pribadi seseorang maupun organisasi tertentu; Penetrasi terhadap sistem komputer dan jaringan sehingga menyebabkan privasi terganggu atau gangguan pada fungsi komputer yang digunakan; dan menyebarkan virus, worm, backdoor, trojan pada perangkat

¹² Haris Faulidi Asnawi, *Transaksi Bisnis E-Commerce : Perspektif Islam*, ed. M Lukman, 1st ed. (Yogyakarta: Magistra Insania Press, 2004), <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=149696>.

komputer sebuah organisasi yang mengakibatkan terbukanya akses-akses bagi orang-orang yang tidak berhak.¹³

Dilihat dari berbagai jenis kejahatan diatas, sebagai pihak konsumen harus selalu berhati-hati sebelum melakukan transaksi *e-commerce*, terlebih harus dapat memilah dan memilih dengan selektif agar terhindar dari berbagai risiko yang bisa datang kapan saja. Upaya yang bisa dilakukan dalam menyelesaikan masalah transaksi *e-commerce* secara hukum setidaknya terdapat 2 (dua) upaya yang dapat dilakukan konsumen yang pertama ialah upaya hukum Preventif. Upaya hukum preventif dapat merupakan segala upaya yang dilakukan dengan tujuan untuk mencegah terjadinya suatu peristiwa atau keadaan yang tidak diinginkan. Dalam transaksi *e-commerce*, keadaan yang tidak diinginkan ini adalah terjadinya kerugian, khususnya kerugian pada pihak konsumen. Upaya preventif perlu diterapkan mengingat penyelesaian sengketa dalam perkara *e-commerce* relatif sulit, memerlukan waktu yang cukup lama dalam penyelesaiannya dan tidak jarang memerlukan biaya yang lumayan tinggi. Sebagai contoh sulitnya penyelesaian dari kasus ini yaitu terdapat dua orang yang berasal dari negara Hongkong dan negara Australia yang memerlukan waktu 5 (lima) bulan untuk mendapatkan *refund* (pengembalian pembayaran) atas barang yang dibeli. Maka dari itu, sengketa *e-commerce* sebisa mungkin dapat diminimalisir dan harus dicegah. Dalam usaha-usaha untuk mencegah terjadinya kerugian, langkah yang dapat ditempuh yakni dengan Pembinaan Konsumen seperti yang telah tercantum dalam Pasal 29 ayat 1 UUPK. Pembinaan konsumen ini bertujuan agar konsumen mengetahui hak-haknya dan mendorong pelaku usaha agar berusaha secara kooperatif dan tidak melakukan adanya tindakan penipuan dalam melakukan transaksi *e-commerce*. Pembinaan Konsumen oleh pemerintah dilakukan oleh menteri/menteri teknis sebagaimana yang tercantum dalam Pasal 29 ayat 2 UUPK. Namun dalam praktiknya, peranan pemerintah dalam melakukan edukasi/pembinaan terhadap konsumen belum begitu optimal dan maksimal, hal ini dapat dilihat dari rendahnya kesadaran

¹³ Haris Faulidi Asnawi, hlm. 32

konsumen mengenai hak-hak yang dimilikinya dan masih rendahnya keberanian konsumen untuk menuntut pelaku usaha atas kerugian yang dideritanya.¹⁴

Kedua ialah upaya hukum represif, yakni upaya hukum yang dilakukan untuk memberikan penanganan dalam penyelesaian suatu permasalahan hukum yang telah terjadi. Upaya hukum ini cenderung digunakan apabila terjadi sengketa antara pelaku usaha dengan konsumen. Menurut UUPK salah satu hak konsumen adalah mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa secara patut (Pasal 4 huruf e UUPK). Selain itu, salah satu kewajiban pelaku usaha yaitu memberikan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan (Pasal 7 huruf f UUPK). Dalam transaksi *e-commerce*, banyak hal yang memungkinkan untuk terjadinya suatu sengketa. Sebagaimana yang sudah disebutkan di atas, dimana konsumen ditempatkan dalam posisi yang rentan akan dapat menurunkan rasa kepercayaan konsumen terhadap sistem *e-commerce*. Oleh sebab itu, diperlukan adanya suatu mekanisme penyelesaian sengketa yang efektif dan efisien.

Selain dari pada itu, ada cara lainnya dalam mekanisme penanganan dalam penyelesaian sengketa pada transaksi *e-commerce* yaitu: a) Jalur Non Litigasi, merupakan mekanisme penyelesaian sengketa di luar pengadilan yang dilakukan berdasarkan rasa kekeluargaan yang ada dalam masyarakat dan dapat dilaksanakan melalui musyawarah, perdamaian, kekeluargaan, penyelesaian adat, dan lain-lain. Penyelesaian sengketa ini diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan antar pihak yang terlibat mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terjadinya kembali kerugian yang diderita oleh konsumen (Pasal 47 UUPK). Penyelesaian sengketa konsumen ini digunakan untuk mengatasi keberlikuan proses pengadilan (Pasal 45 ayat 4 UUPK); b) Jalur Litigasi, merupakan upaya penyelesaian atas sengketa yang terjadi dalam transaksi *e-commerce* melalui jalur pengadilan. Dasar hukum untuk mengajukan gugatan di pengadilan merujuk pada Pasal 45 ayat 1 UUPK. Dengan berlakunya prinsip hukum bahwa setiap

¹⁴ Shidarta, Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia, ed. Johannes Djony Herfan, 3rd ed. (Jakarta: Grasindo, 2006), <http://kin.perpusnas.go.id/DisplayData.aspx?pId=31070&pRegionCode=JIUNMAL&pClientId=111>.

orang yang melakukan suatu akibat kerugian bagi orang lain, harus memikul tanggung jawab yang diperbuatnya. Maka dalam hal ini konsumen dapat mengajukan tuntutan berupa kompensasi/ganti rugi kepada pelaku usaha apabila merasa dirugikan oleh pelaku usaha pada saat melakukan transaksi *e-commerce*, kompensasi tersebut menurut Pasal 19 ayat 2 UUPK meliputi pengembalian sejumlah uang, penggantian barang atau jasa sejenis atau yang setara, perawatan kesehatan, dan pemberian santunan sesuai ketentuan perundang-undangan yang telah ditetapkan.

Signifikasi pengaturan hak-hak konsumen melalui Undang-undang merupakan bagian dari implementasi sebagai suatu negara kesejahteraan, karena Undang-undang Dasar 1945 di samping sebagai konstitusi politik juga dapat disebut konstitusi ekonomi, yaitu konstitusi yang mengandung ide negara kesejahteraan yang tumbuh berkembang karena pengaruh sosialisme sejak abad sembilan belas. Melalui Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menetapkan 9 (sembilan) hak konsumen, yaitu: 1) Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa; 2) Hak untuk memilih barang dan/jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan; 3) Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa; 4) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan; 5) Hak untuk mendapatkan advokasi perlindungan konsumen secara patut; 6) Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen; 7) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif; 8) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya; 9) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Received: 2022-04-17
Accepted: 2022-06-22
Published 2022-06-27

Dari sembilan butir hak konsumen yang diberikan di atas, terlihat bahwa masalah kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen merupakan hal yang paling pokok dan utama dalam perlindungan konsumen. Perdagangan elektronik merupakan model transaksi dengan karakteristik yang berbeda dengan perdagangan konvensional. Daya jangkauannya tidak hanya lokal tapi juga bersifat global sehingga dalam transaksi elektronik atau *e-commerce* jika

terdapat permasalahan maka dapat menggunakan instrumen Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.¹⁵

D. Simpulan

Pengertian transaksi elektronik sudah tercantum pada Pasal 2 Undang-Undang Nomor 19 tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Adapun prosedur dalam melakukan transaksi jual beli elektronik, proses pertama adalah mengunjungi situs perbelanjaan online atau login melalui aplikasi online, beberapa contoh aplikasi online yang sudah tersedia, antara lain seperti shopee, lazada, tokopedia dan lain sebagainya. Proses kedua mencari jenis barang dan jangan lupa membaca deskripsi mengenai barang tersebut, proses selanjutnya adalah melakukan check out dan memilih metode pembayaran yang sudah disediakan antara lain melalui transfer bank, alfamart dan COD, jika sudah segera lakukan pembayaran lalu proses pemesanan telah selesai. Jika dalam menerima barang, kemudian jika barang tersebut tidak sesuai dengan gambar atau deskripsi, maka anda bisa melakukan proses return atau pengajuan pengembalian barang. Berdasarkan kesimpulan diatas artinya bahwa setiap orang diberikan kemudahan dalam melakukan transaksi serta dijamin kepastian hukumnya. Pada Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dalam Pasal 1 ayat (1) menjelaskan pengertian perlindungan konsumen meliputi semua usaha untuk memastikan guna memenuhi perlindungan hukum konsumen. Dalam Undang-Undang Perdagangan, pengaturan tentang *e-commerce* memberikan kejelasan perlindungan dan kepastian. Pemerintah harus lebih memperhatikan mengenai perlindungan konsumen, khususnya jual beli elektronik, banyak sekali bermunculan platform serta aplikasi dan juga website situs perbelanjaan, untuk lebih mengawasi aplikasi-aplikasi digital tersebut karena tidak hanya wanprestasi mengenai barang dan jasa saja yang terjadi, hendaknya pemerintah juga memperhatikan data para konsumen yang digunakan untuk melakukan transaksi elektronik guna mengantisipasi oknum yang tidak bertanggung jawab membobol akun atau data

¹⁵ Rizka Syafriana, "Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Elektronik," *De Lega Lata: Jurnal Ilmu Hukum* 1, No. 2 (2016): 430–47, <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30596>

konsumen. Karena hingga saat ini masih ada saja sengketa yang terjadi, namun banyak dari konsumen yang tidak menindak lanjuti kasus tersebut dikarenakan jumlah transaksi yang tidak seberapa namun sekecil apapun setiap transaksi harus tetap dilindungi guna kenyamanan dalam berbelanja di transaksi *e-commerce*.

Received: 2022-04-17
Accepted: 2022-06-22
Published 2022-06-27

DAFTAR PUSTAKA

- Asnawi, Haris Faulidi. *Transaksi Bisnis E-Commerce : Perspektif Islam*. Edited by M Lukman. 1st ed. Yogyakarta: Magistra Insania Press, 2004. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=149696>.
- Atikah, Ika. "Pengaturan Hukum Transaksi Jual Beli Online (*E-Commerce*) Di Era Teknologi." *Muamalatuna* 10, no. 2 (2019): 1–27. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.37035/mua.v10i2.1811>.
- Barkatullah, Abdul Halim. *Hukum Transaksi Elektronik (Sebagai Panduan Dalam Menghadapi Era Digital Bisnis E-Commerce Di Indonesia)*. Edited by Mulyani Zulaeha. 1st ed. Bandung: Nusa Media, 2017. <http://eprints.ulm.ac.id/3931/1/2>. Buku Referensi Hukum Transaksi Elektronik di Indonesia. Karya tulis Dr. Abdul Halim Barkatullah%2C S.H.%2CM.Hum Cetak September Tahun Terbit 2017.pdf.
- Dahlia. "Perlindungan Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli Melalui Media Internet (*E-Commerce*)." *Wacana Hukum VIII*, no. 1 (2009): 37–51. <https://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/Wacana/article/view/321/283>.
- Hidayah, Ardiana. "Jual Beli E-Commerce Dalam Perspektif Hukum Islam." *Solusi* 17, No. 1 (2019): 84–93. <https://doi.org/http://doi.org/10.36546>
- Kamran, Muhammad, and Maskun. "Penipuan Dalam Jual Beli Online : Perspektif Hukum Telematika." *Balobe Law Journal* 1, No. 1 (2021): 41–56. <https://doi.org/https://doi.org/10.47268/balobe.v1i1.501>.
- Khotimah, Cindy Aulia, and Jeumpa Crisan Chairunnisa. "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli-Online (*E-Commerce*)." *Business Law Review* 01, No. 01 (2016): 14–20. <https://law.uui.ac.id/wp-content/uploads/2016/12/blc-fhuiu-v-01-02-cindy-aulia-khotimah-jeumpa-crisan-chairunnisa-perlindungan-hukum-bagi-konsumen-dalamtransaksi-jual-beli-online-e-commerce.pdf>.
- Latumahina, Rosalinda Elsina. "Aspek-Aspek Hukum Dalam Transaksi Perdagangan Secara Elektronik." *Gema Aktualita* 4, no. 1 (2015): 43–53. <http://dspace.uphsurabaya.ac.id:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789>

/219/A spek-Aspek Hukum Dalam Transaksi Perdagangan Secara Elektronik.pdf?sequence=1.

Perdagangan, Direktorat Bina Usaha, Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri, and Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. "Laporan Akhir Naskah Akademik Rancangan Peraturanpemerintah (RPP) Tentang Perdagangansecara Elektronik (*E-Commerce*)."
Jakarta, 2011.

Page | 53

<https://docplayer.info/30459594-Laporan-akhir-naskah-akademik-rancangan-peraturan-pemerintah-rpp-tentang-perdaganganelektronis-e-commerce.html>.

Pratni, Debi Tridata. "Tindak Pidana Penipuan Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Secara Elektronik (e Commerce)."
Universitas Indonesia, 2013.

Shidarta. Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia. Edited by Johannes Djony Herfan. 3rd ed. Jakarta: Grasindo, 2006. <http://kin.perpusnas.go.id/DisplayData.aspx?pId=31070&pRegionCode=JIUNM AL&pClientId=111>.

Soekanto, Soerjono, and Sri Mamudji. Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat. Jakarta: Rajawali Pers, 2015.

Received: 2022-04-17
Accepted: 2022-06-22
Published 2022-06-27

Syafriana, Rizka. "Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Elektronik." De Lega Lata: Jurnal Ilmu Hukum 1, no. 2 (2016): 430–47. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30596%2Fdll.v1i2.803>.

Zaini, Zulfi Diane. "Implementasi Pendekatan Yuridis Normatif Dan Pendekatan Normatif Sosiologis Dalam Penelitian Ilmu Hukum." Pranata Hukum 6, No. 2 (2011): 116–32. <https://doi.org/https://doi.org/10.36448/pranatahukum.v6i2.102>.

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan.

Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.