

Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Melalui E-Commerce

Alfitriani Alfitriani¹, Oktavianty Oktavianty², Mutmainna Mutmainna³

^{1,2,3}Fakultas Hukum Institut Ilmu Sosial dan Bisnis Andi Sapada

Corresponding Email: innamutma557@gmail.com³

Abstract

Behind the rapid advances in technology, especially the development of the Internet in Indonesia, there are a lot of negative things being targeted and harassed people who like the Internet that we usually hear as Internet surfers. For business and trade in the internet media is required understanding, seriousness, and the will of its own. In an agreement is often one of the parties/stakeholders have to face difficult conditions and ultimately contact/agreement that has been agreed can not walk/run well/as appropriate. Factors that make it difficult events that can occur due to deliberate or accidental. Default is a condition/situation that can be done by one of the parties or the parties to an engagement which can be generally described that the treaty was not executed properly and not in accordance with what has been agreed from the beginning. Plunge into the business of buying and selling online/transact electronically (e-commerce) is a rare move but it's a lifestyle and trend in this modern era, but must also watch out and be noticed. Among the things that can later be referred to as a form of default. Default in the purchase agreement online can take many forms and sometimes we experienced it and still not sensitized that this/these events can be called an act of default. For example: late payment, no payment, send the goods but not in accordance with what was agreed, but too late to send goods, which in turn raises certain legal consequences.

Keywords: Liability, Breach of Contract, Buying and Selling Online

Publish Date: 6 Desember 2022

A. Pendahuluan

Teknologi internet mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap perekonomian dunia. Internet membawa perekonomian dunia memasuki babak baru yang lebih populer dengan istilah *digital economics* atau perekonomian digital. Internet bukan lagi suatu hal yang baru dalam fase pertumbuhan dan perkembangan teknologi.¹

Perkembangan teknologi yang sangat pesat ini telah membawa banyak perubahan bagi pola kehidupan sebagian masyarakat Indonesia.² Pola kehidupan tersebut terjadi hampir di semua bidang, baik sosial, budaya, perdagangan dan bidang lainnya. Dalam bidang perdagangan, internet mulai banyak

dimanfaatkan sebagai media aktivitas bisnis terutama karena kontribusinya terhadap efisiensi.³

Teknologi informasi atau *information technology* (IT) telah mengubah masyarakat, telah menciptakan jenis-jenis dan peluang-peluang bisnis yang baru, serta menciptakan jenis pekerjaan dan karier baru dalam pekerjaan manusia.⁴ Salah satu bagian yang paling berkembang pesat dari bidang teknologi informasi adalah internet (*interconnection networking*), yang pada awalnya diciptakan sebagai saluran swasta untuk

¹ Karim, K., Herman, B., & Syahril, M. A. F. (2021). *Criminal Liability in E-commerce*. DME Journal of Law, 2(01), 1-15.

² Nasution, R. D. (2017). Pengaruh perkembangan teknologi informasi terhadap komunikasi terhadap eksistensi budaya lokal. *Jurnal penelitian komunikasi dan opini publik*, 21(1), 30-42.

³ tadiyanto, Framework E-Commerce, ANDI, Yogyakarta, 2001, hlm. 11.

⁴ Sutan Remy Sjahdeini, Hukum Cyber Sistem Perbankan E-commerce, makalah dalam seminar "Peran Penegak Hukum Dalam Kaitannya Dengan Transaksi Perbankan" yang diselenggarakan oleh Bank Mandiri pada hari Kamis, 18 Januari 2001 di Mandiri Club Jakarta, hlm. 1.

kepentingan kegiatan penelitian dan akademis, Internet sekarang lebih banyak dieksploitasi oleh bisnis untuk berbagai macam pelayanan komersial.

Saat ini, salah satu aktivitas perdagangan di dunia maya yang paling berkembang dalam kaitan dengan penggunaan internet adalah *electronic commerce*. *E-commerce* tersebut terbagi atas dua segmen yaitu *business to business e-commerce* (perdagangan antar pelaku usaha) dan *business to consumer e-commerce* (perdagangan antar pelaku usaha dengan konsumen).⁵ Makin banyak kegiatan perekonomian dilakukan melalui media internet. Misalnya, semakin banyak mengandalkan jual beli sistem *online (e-commerce)* sebagai media transaksi.

Perdagangan yang berbasis teknologi canggih, *e-commerce* telah mereformasi perdagangan konvensional di mana interaksi antara konsumen dan perusahaan yang sebelumnya dilakukan secara langsung menjadi interaksi yang tidak langsung.⁶ *E-commerce* telah merubah paradigma bisnis klasik dengan menumbuhkan model - model interaksi antara produsen dan konsumen di dunia virtual. Sistem perdagangan yang dipakai dalam *e-commerce* dirancang untuk menandatangani secara elektronik. Penandatanganan elektronik ini dirancang mulai dari saat pembelian, pemeriksaan dan pengiriman.⁷

Dampak dari adanya internet sebagai hasil dari kemajuan perkembangan teknologi informasi bagi konsumen di satu sisi telah mengubah perilaku konsumen menjadi semakin kritis dan selektif dalam menentukan produk yang akan dipilihnya.⁸

Begitu pula bagi produsen, kemajuan ini memberi dampak positif dalam memudahkan pemasaran produk sehingga dapat menghemat biaya dan waktu.⁹ Sebaliknya, karena kedua belah pihak secara fisik tidak bertemu maka kemungkinan lahirnya bentuk-bentuk kecurangan atau kekeliruan menjadi perhatian utama yang perlu penanganan lebih besar. Dampak negatif dari *e-commerce* itu sendiri cenderung merugikan konsumen. Diantaranya dalam hal yang berkaitan dengan produk yang dipesan tidak sesuai dengan produk yang ditawarkan, dan hal-hal lain yang tidak sesuai dengan kesepakatan sebelumnya. Contoh kasus saat belanja barang secara *online*, tapi barang yang dibeli tidak sama dengan yang dilihat difoto pada iklan yang dipajang. Apakah itu termasuk pelanggaran hak konsumen? Apakah dapat menuntut penjual untuk mengembalikan uang atau mengganti barang yang telah dibeli tersebut

B. Metode

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan normatif, didukung oleh berbagai bahan pustaka, seperti membaca literatur berupa buku-buku filsafat, jurnal filsafat, artikel *online*, media, dan makalah.¹⁰ Penggunaan kajian lebih menitikberatkan pada studi banding dengan mengutamakan proses dialektika. Selain itu, pembahasan dalam tulisan ini akan disusun secara sistematis, sejalan dengan norma-norma ilmiah umum.¹¹

C. Analisis dan Pembahasan Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli E-Commerce

Benih Ikan Jarak Jauh Melalui E-Commerce. *Jurnal Jendela Hukum dan Keadilan*, 8(2), 142-154.

⁹ Khotimah, C. A., & Chairunnisa, J. C. (2016). Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online (E-Commerce). *Jurnal Business Law Review*, 1.

¹⁰ Syahril, M. A. F. (2021). Published Privacy Rights via Short Messages. *Amsir Law Journal*, 3(1), 11-19.

¹¹ Qamar, N., Syarif, M., Busthami, D. S., Hidjaz, M. K., Aswari, A., Djanggih, H., & Rezah, F. S. (2017). Metode Penelitian Hukum (Legal Research Methods). CV. Social Politic Genius (SIGn).

⁵ Putra, S. (2014). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Melalui E-Commerce. *Jurnal Ilmu Hukum*, 5(2), 197-208.

⁶ Anggaranie, G., & Indonesia, J. C. S. C. (2017). Perkembangan E-Commerce Beserta Klasifikasinya.

⁷ Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce: Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2005, hlm. vii.

⁸ Nasawida, M. D. P., & Minarni, S. (2022). Perlindungan Hukum Terhadap Risiko Jual Beli

Sebelum masuk dalam substansi terkait ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Perlindungan Konsumen, ada baiknya kita mengenali dulu terkait beberapa istilah yang tidak asing dari konsumen. Konsumen yang diperbincangkan dalam hal ini ialah setiap pengguna barang atau jasa untuk kebutuhan diri sendiri, keluarga atau rumah tangga, dan tidak untuk memproduksi barang/jasa lain atau memperdagangkannya kembali, adanya transaksi konsumen yang mana maksudnya ialah proses terjadinya peralihan pemilikan atau penikmatan barang atau jasa dari penyedia barang atau penyelenggara jasa kepada konsumen.¹²

Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa

Hak konsumen diantaranya; hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan; hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa; hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya; dll.¹³

Di sisi lain, kewajiban bagi pelaku usaha sesuai Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen diantaranya; memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan; memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian, dll.¹⁴

Lebih tegas lagi Pasal 8 Undang-Undang Perlindungan Konsumen melarang pelaku usaha untuk memperdagangkan barang/jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut. Berdasarkan pasal tersebut, ketidaksesuaian spesifikasi barang yang Anda terima dengan barang tertera dalam iklan/foto penawaran barang merupakan bentuk pelanggaran/larangan bagi pelaku usaha dalam memperdagangkan barang.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen berhak mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Sedangkan, pelaku usaha itu sendiri sesuai Pasal 7 huruf g Undang-Undang Perlindungan Konsumen berkewajiban memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian. Apabila pelaku usaha tidak melaksanakan kewajibannya, pelaku usaha dapat dipidana berdasarkan Pasal 62 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yang berbunyi:¹⁵

“Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat (2) dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling Pasal 62 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua milyar rupiah).”

Salah satu kelebihan atau keuntungan dalam *e-commerce* adalah informasi yang beragam dan mendetail yang dapat diperoleh konsumen dibandingkan dengan perdagangan konvensional tanpa harus

¹² Az Nasution, *Konsumen dan Hukum*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1995, hlm. 37.

¹³ *Vide* Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

¹⁴ *Vide* Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

¹⁵ *Vide* Pasal 62 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

bersusah payah pergi ke banyak tempat.¹⁶ Namun demikian, *e-commerce* juga memiliki kelemahan. Metode transaksi elektronik yang tidak mempertemukan pelaku usaha dan konsumen secara langsung serta tidak dapatnya konsumen melihat secara langsung barang yang dipesan berpotensi menimbulkan permasalahan yang merugikan konsumen.¹⁷

Beragam kasus yang muncul berkaitan dengan pelaksanaan transaksi terutama faktor keamanan dalam *e-commerce* ini tentu sangat merugikan konsumen. Padahal jaminan keamanan transaksi *e-commerce* sangat diperlukan untuk menumbuhkan kepercayaan konsumen penggunaannya. Pengabaian terhadap hal tersebut akan mengakibatkan pergeseran terhadap falsafah efisiensi yang terkandung dalam transaksi *e-commerce* menuju ke arah ketidakpastian yang nantinya akan menghambat upaya pengembangan pranata *e-commerce*.¹⁸

Permasalahan hukum serta pemecahan yang sudah dijelaskan di atas, sebenarnya tidak lain dimaksudkan sebagai upaya untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen dalam transaksi *e-commerce*.

Masalah keamanan merupakan masalah penting dalam pemanfaatan media elektronik khususnya internet. Tanpa jaminan keamanan, maka para pelaku usaha akan enggan untuk memanfaatkan media ini. Untuk jaminan keamanan ini, hal yang perlu mendapatkan perhatian adalah masalah domisili perusahaan, sehingga apabila ada sengketa hukum, dapat diketahui dengan pasti kedudukan hukum dari perusahaan yang menawarkan produknya melalui media elektronik. Pada prinsipnya masalah

perizinan, pendirian dan pendaftaran perusahaan sama dengan perusahaan pada umumnya, tunduk pada hukum di tempat di mana perusahaan didaftarkan.

Secara Nasional, pranata untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen adalah Undang-Undang Perlindungan Konsumen, namun Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini secara khusus belum mengantisipasi perkembangan teknologi informasi di dalam pengaturannya.¹⁹ Dalam tataran internasional, telah dibuat kesepakatan-kesepakatan internasional yang secara khusus dapat digunakan untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen dalam transaksi *e-commerce*.

Walaupun tidak secara khusus dibuat untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen dalam transaksi *e-commerce*, seperti telah disebutkan di atas, PBB tepatnya komisi yang menangani Hukum Perdagangan Internasional telah menyetujui *UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce* dengan resolusi 51/162 sebagai mandat untuk kemajuan terhadap harmonisasi dan unifikasi hukum perdagangan internasional demi kepentingan semua pihak, terutama pihak-pihak dalam negara-negara berkembang.

Beberapa negara di dunia telah mengatur dalam perundang-undangan nasionalnya transaksi *e-commerce* ini diantaranya Filipina dengan Act No. 8792, Masyarakat Uni Eropa dengan disetujuinya *Directive 2000/31/EC on Certain legal Aspect of Information Society Services, in Particular Electronic Commerce, in Internal Market* atau *Directive on Electronic Commerce* oleh The European Parliament and The Council pada tanggal 8 Juni 2000, juga Singapura dengan *Electronic Transaction Act 1998*, Australia dengan *Electronic Transaction Bill 1999*, serta Amerika juga Malaysia. Khusus Singapura dan Australia digunakan model

¹⁶ Wulandari, Y. S. (2018). Perlindungan Hukum bagi Konsumen terhadap Transaksi Jual Beli E-Commerce. *AJUDIKASI: Jurnal Ilmu Hukum*, 2(2), 199-210.

¹⁷ Kamran, M., & Maskun, M. (2021). Penipuan Dalam Jual Beli Online: Perspektif Hukum Telematika. *Balobe Law Journal*, 1(1), 41-56.

¹⁸ Larissa, D. (2019). Perlindungan Hukum Bagi Korban Tindak Pidana Penipuan Jual Beli Online di Indonesia. *Riau Law Journal*, 4.

¹⁹ Ranto, R. (2019). Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Elektronik. *Jurnal Ilmu Hukum: ALETHEA*, 2(2), 145-164.

sejalan dengan apa yang direkomendasikan dalam *UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce*.²⁰

Walaupun *UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce* serta peraturan perundang-undangan yang telah digunakan di beberapa negara tersebut memang tidak secara khusus menyebutkan mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen, substansi yang diatur dalam peraturan-peraturan tersebut secara tidak langsung memberikan perlindungan terhadap para pihak yang melakukan transaksi elektronik (*e-commerce*). Dengan ini berarti para konsumen yang menggunakan teknologi elektronik dalam transaksi bisnisnya dapat berlindung pada peraturan-peraturan ini.

Pranata dan Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi *E-Commerce* dalam tataran Nasional, Indonesia telah memiliki undang-undang yang memberikan perlindungan terhadap hak kekayaan intelektual seperti hak Cipta, Paten dan Merk termasuk mengesahkan undang-undang tentang Perlindungan Konsumen. Dalam tataran nasional usaha untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen memang dinyatakan dengan diberlakukannya Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Selanjutnya dalam Penjelasan Undang-Undang tersebut dijelaskan bahwa fenomena globalisasi dan perdagangan bebas yang didukung oleh kemajuan teknologi telekomunikasi dan informatika telah memperluas ruang gerak arus transaksi barang dan/atau jasa melintasi batas-batas wilayah suatu negara, sehingga barang dan/atau jasa yang ditawarkan bervariasi baik produksi luar negeri maupun produksi dalam negeri.

Tujuan perlindungan konsumen sebagaimana dinyatakan dalam Pasal 2

Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini adalah:

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri.
2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa.
3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.
4. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi.
5. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggungjawab dalam berusaha.
6. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.²¹

Perlu pula ditegaskan bahwa faktor utama yang menjadi kelemahan konsumen adalah tingkat kesadaran konsumen akan haknya masih rendah, yang terutama disebabkan oleh rendahnya pendidikan konsumen. Selain pengaturan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, sebenarnya dalam tataran tertentu untuk melindungi konsumen dapat pula digunakan hukum pidana dalam hal ini KUHP. Sebenarnya masih ada satu lagi pranata hukum yang dapat melindungi konsumen dalam transaksi *e-commerce* yakni dengan asuransi. Dari apa yang telah dipaparkan diatas, maka sudah sangat jelas bahwa demi kebutuhan perlindungan terhadap konsumen terutama konsumen yang melakukan transaksi bisnis dengan

²⁰ E.S. Wiradipradja dan D. Budhijanto, 2002, *Perspektif Hukum Internasional tentang Cyber Law*, dalam Kantaatmadja, et al, *Cyberlaw: Suatu Pengantar*, Elips 11. hal. 46

²¹ *Vide* Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

menggunakan teknologi elektronik (*e-commerce*), maka urgensi untuk membuat legislasi yang mengatur mengenai hal ini sudah sangat tinggi. Hal ini disebabkan karena peraturan perundang-undangan yang ada terutama undang-undang yang mengatur mengenai perlindungan konsumen belum mengakomodasi kebutuhan tersebut.

Karakteristik yang berbeda dalam sistem perdagangan melalui teknologi elektronik tidak tercover dalam undang-undang Perlindungan Konsumen tersebut. Untuk itu perlu dibuat peraturan hukum mengenai *cyberlaw* termasuk didalamnya tentang *e-commerce* agar hak-hak konsumen sebagai pengguna teknologi elektronik dalam proses perdagangan khususnya dalam melakukan transaksi *e-commerce* dapat terjamin.

Upaya Hukum dalam Transaksi E-Commerce

Dalam melindungi konsumen dalam transaksi *e-commerce* juga dapat ditempuh dengan upaya hukum. Upaya hukum ini digunakan apabila telah terjadi sengketa antara pelaku usaha dengan konsumen. Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen salah satu hak konsumen adalah mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa secara patut.²² Selain itu, salah satu kewajiban pelaku usaha adalah memberikan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.²³

Dalam Pasal 23 Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa apabila pelaku usaha pabrikan dan/atau pelaku usaha distributor menolak dan/atau tidak memberi tanggapan dan/atau tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan konsumen, maka konsumen diberikan hak untuk menggugat pelaku usaha dan menyelesaikan perselisihan yang timbul

melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) atau dengan cara mengajukan gugatan kepada peradilan di tempat kedudukan konsumen tersebut.²⁴ Dalam upaya penyelesaian sengketa konsumen menurut undang-undang Perlindungan Konsumen terdapat dua pilihan, yaitu:²⁵

- a. Menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha (dalam hal ini BPSK), atau
- b. Melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum.

Khusus mengenai penyelesaian sengketa dalam transaksi *e-commerce* menurut Undang-Undang ITE, menjelaskan bahwa:²⁶

- a. Setiap orang dapat mengajukan gugatan terhadap pihak yang menyelenggarakan Sistem Elektronik dan/atau menggunakan Teknologi Informasi yang menimbulkan kerugian.
- b. Masyarakat dapat mengajukan gugatan secara perwakilan terhadap pihak yang menyelenggarakan Sistem Elektronik dan/atau menggunakan Teknologi Informasi yang berakibat merugikan masyarakat, sesuai dengan ketentuan Peraturan Perundang-Undangan.

Dengan demikian masyarakat juga dapat mengajukan gugatan secara perwakilan terhadap pihak yang menyelenggarakan Sistem Elektronik dan/atau menggunakan teknologi informasi yang berakibat merugikan masyarakat sesuai dengan ketentuan Peraturan Perundang-Undangan. Maksud dari gugatan secara perwakilan yakni suatu cara yang diberikan kepada sekelompok orang yang mempunyai kepentingan dalam suatu masalah, baik seorang atau lebih anggotanya menggugat atau digugat sebagai perwakilan kelompok

²⁴ JimmyJoses Sembiring, Cara Menyelesaikan Sengketa di Luar Pengadilan, Visi Media, Jakarta, 2011, hlm. 178.

²⁵ Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, Hukum Perlindungan Konsumen, Madar Maju, Bandung, 2000, hlm. 63.

²⁶ *Vide* Pasal 38 Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

²² *Vide* Pasal 4 huruf e Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

²³ Az. Nasution, Konsumen dan Hukum, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1995, hlm. 178.

tanpa harus turut serta dari setiap anggota kelompok.

Kemudian penyelesaian gugatan perdata dalam transaksi elektronik, para pihak dapat menyelesaikan sengketa melalui arbitrase, atau lembaga penyelesaian sengketa alternatif lainnya berupa arbitrase, negosiasi, mediasi dan konsiliasi. Pada pelaksanaannya penyelesaian sengketa *e-commerce* di Indonesia belum sepenuhnya bersifat *online*, namun Undang-Undang Arbitrase memberikan kemungkinan penyelesaian sengketa dapat secara *online* dengan menggunakan *e-mail*, maka para pihak yang bersengketa bisa menyelesaikan sengketanya secara *online* tanpa harus bertemu satu sama lain.

Kemudian yang perlu diperhatikan konsumen dalam mengajukan gugatan ke pengadilan dalam sengketa konsumen dan setiap bentuk kerugian yang dialami oleh konsumen bisa diajukan ke pengadilan dengan tidak memandang besar kecilnya kerugian yang diderita, hal ini diizinkan dengan memperhatikan hal-hal berikut:

- a. Kepentingan dari pihak penggugat (konsumen) tidak dapat diukur semata-mata dari nilai uang kerugiannya,
- b. Keyakinan bahwa pintu keadilan seharusnya terbuka bagi siapa saja, termasuk para konsumen kecil dan miskin, dan
- c. Untuk menjaga integritas badan-badan peradilan.

Pembuktian ada tidaknya unsur kesalahan merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha, hal ini karena Undang-Undang Perlindungan Konsumen menganut asas pertanggungjawaban produk (*product liability*) sebagaimana diatur dalam Pasal 19 juncto Pasal 28 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Ini berbeda dengan teori beban pembuktian pada acara biasa, dimana beban pembuktian merupakan tanggung jawab penggugat (konsumen) untuk membuktikan adanya unsur kesalahan. Dengan adanya prinsip *product liability* ini, maka konsumen yang mengajukan gugatan kepada pelaku usaha

cukup menunjukkan bahwa produk yang diterima dari pelaku usaha telah mengalami kerusakan pada saat diserahkan oleh pelaku usaha dan kerusakan tersebut menimbulkan kerugian atau kecelakaan bagi si konsumen.

Berdasarkan uraian diatas, terlihat bahwa penyelesaian sengketa konsumen melalui jalur litigasi tidak serumit yang dibayangkan oleh konsumen pada umumnya. Karena dalam penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan, pihak yang dibebani untuk membuktikan ada atau tidaknya unsur kesalahan merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha. Selanjutnya untuk pembuktian di persidangan. Dengan diakuinya alat bukti elektronik sebagai alat bukti yang sah di pengadilan sebagaimana disebutkan dalam Pasal 5 ayat 1, 2 dan 3 Undang-Undang ITE maka alat-alat bukti yang dapat digunakan oleh konsumen di pengadilan adalah:

- a. Bukti transfer atau bukti pembayaran.
- b. SMS atau e-mail yang menyatakan kesepakatan untuk melakukan pembelian.
- c. Nama, alamat, nomor telepon, dan nomor rekening pelaku usaha.²⁷

Salah satu hal penting dalam transaksi elektronik adalah masalah keamanan. Terdapat tiga pendekatan untuk mempertahankan keamanan di *cyberspace*, pertama yaitu pendekatan teknologi, kedua pendekatan sosial budaya-etika, dan ketiga pendekatan hukum. Untuk mengatasi gangguan keamanan pendekatan teknologi memang mutlak dilakukan, mengingat tanpa pendekatan teknologi suatu jaringan akan sangat mudah disusupi atau diakses secara ilegal dan tanpa hak. Oleh karena itu, pendekatan hukum dan sosial budaya-etika sebagai bentuk pendekatan berikutnya menjadi sangat penting. Pendekatan hukum yaitu dalam bentuk tersedianya hukum positif akan memberikan jaminan kepastian dan sebagai landasan penegakan hukum (*law enforcement*) jika terjadi pelanggaran.

²⁷ *Vide* Pasal 5 ayat 1, 2 dan 3 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Dengan berlakunya prinsip hukum bahwa setiap 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, kompensasi tersebut menurut Pasal 19 ayat 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen meliputi pengembalian sejumlah uang, penggantian barang atau jasa sejenis atau yang setara, perawatan kesehatan, dan pemberian santunan sesuai ketentuan perundang-undangan.²⁸

Namun, penyelesaian sengketa di luar pengadilan tidak menghilangkan tanggungjawab pidana sebagaimana diatur dalam undang-undang. Oleh sebab itulah, bagi para pelaku pelanggaran dalam transaksi konsumen dapat dikenakan sanksi pidana dan denda serta sanksi administrasi. Adapun sanksi pidana dalam Undang-Undang ITE dirumuskan secara kumulatif, dimana pidana penjara dikumulasikan dengan pidana denda. Khusus untuk pelanggaran transaksi *e-commerce* diatur dalam Pasal 45 ayat (2) yang menyatakan bahwa:

“Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (1) atau ayat (2) yaitu tentang Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik, dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah)”²⁹

Kemudian Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak atau melawan hukum melakukan manipulasi, penciptaan, perubahan, penghilangan, pengrusakan Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dengan tujuan agar Informasi

Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik tersebut dianggap seolah-olah data yang otentik. Pasal ini merupakan kejahatan perbuatan memanipulasi data sehingga menjadi data otentik. Hukuman setiap orang yang melanggar ketentuan ini, dipidana dengan pidana penjara paling lama 12 tahun dan/atau denda hingga Rp12.000.000.000,00 (dua belas miliar rupiah).³⁰

Selain sanksi pidana, pelanggar juga diberi sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada Pasal 84 ayat (2) PP Nomor 8 Tahun 2012 yang dapat berupa:

- a. teguran tertulis;
- b. denda administratif;
- c. penghentian sementara; dan/atau
- d. dikeluarkan dari daftar izin³¹

Dengan adanya sanksi baik ganti rugi, pidana dan administrasi bagi pelaku usaha yang melanggar ketentuan peraturan perundang-undangan dalam menjalankan bisnisnya melalui transaksi *e-commerce* tentunya akan mengurangi dan mencegah terjadinya preseden buruk tersebut. Semoga dengan adanya Undang-Undang ITE diharapkan tidak ada lagi penipuan dengan transaksi internet.

D. Kesimpulan

Transaksi jual-beli melalui E-Commerce saat ini dan terutama di wilayah hukum negara Indonesia telah berkembang dengan pesat. Indonesia telah memiliki landasan hukumnya mengenai perlindungan konsumen yakni Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen disamping masih adanya peraturan perundang-undangan lainnya mengatur hal yang sama. Konsumen dalam hal ini harus diberikan berbagai perlindungan khusus yang mana sangat rentan dengan berbagai kemungkinan yang akan merugikan pihak konsumen itu sendiri dari para pelaku usaha yang tidak beritikad baik dalam melakukan transaksi jual-beli secara online. Transaksi secara online bagi pihak para pelaku usaha maupun konsumen masing-masing harus memiliki itikad baik dari awal.

²⁸ *Vide* 19 ayat 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

²⁹ *Vide* Pasal 45 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

³⁰ *Vide* Pasal 51 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

³¹ Prakoso, D. S. H. Perlindungan Hukum Terhadap Pembeli Barang Di Situs Mall-Online.

Referensi

- Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce: Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2005, hlm. vii.
- Anggaranie, G., & Indonesia, J. C. S. C. (2017). *Perkembangan E-Commerce Beserta Klasifikasinya*.
- Az Nasution, *Konsumen dan Hukum*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1995, hlm. 37.
- Az. Nasution, *Konsumen dan Hukum*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1995, hlm. 178.
- E.S. Wiradipradja dan D. Budhijanto, 2002, *Perspektif Hukum Internasional tentang Cyber Law*, dalam Kantaatmadja, et al, *Cyberlaw: Suatu Pengantar*, Elips 11.hal. 46
- Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Madar Maju, Bandung, 2000, hlm. 63.
- Jimmy Joses Sembiring, *Cara Menyelesaikan Sengketa di Luar Pengadilan*, Visi Media, Jakarta, 2011, hlm. 178.
- Kamran, M., & Maskun, M. (2021). *Penipuan Dalam Jual Beli Online: Perspektif Hukum Telematika*. *Balobe Law Journal*, 1(1), 41-56.
- Karim, K., Herman, B., & Syahril, M. A. F. (2021). *Criminological Analysis of Online Buying Fraud*. *DME Journal of Law*, 2(01), 1-15.
- Khotimah, C. A., & Chairunnisa, J. C. (2016). *Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online (E-Commerce)*. *Jurnal Bussines Law Review*, 1.
- Larissa, D. (2019). *Perlindungan Hukum Bagi Korban Tindak Pidana Penipuan Jual Beli Online di Indonesia*. *Riau Law Journal*, 4.
- Nasawida, M. D. P., & Minarni, S. (2022). *Perlindungan Hukum Terhadap Risiko Jual Beli Benih Ikan Jarak Jauh Melalui E-Commerce*. *Jurnal Jendela Hukum dan Keadilan*, 8(2), 142-154.
- Nasution, R. D. (2017). *Pengaruh perkembangan teknologi informasi komunikasi terhadap eksistensi budaya lokal*. *Jurnal penelitian komunikasi dan opini publik*, 21(1), 30-42.
- Prakoso, D. S. H. *Perlindungan Hukum Terhadap Pembeli Barang Di Situs Mall-Online..*
- Putra, S. (2014). *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Melalui E-Commerce*. *Jurnal Ilmu Hukum*, 5(2), 197-208.
- Qamar, N., Syarif, M., Busthami, D. S., Hidjaz, M. K., Aswari, A., Djanggih, H., & Rezah, F. S. (2017). *Metode Penelitian Hukum (Legal Research Methods)*. CV. Social Politic Genius (SIGn).
- Ranto, R. (2019). *Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Elektronik*. *Jurnal Ilmu Hukum: ALETHEA*, 2(2), 145-164.
- Sutan Remy Sjahdeini, *Hukum Cyber Sistem Pengamanan E-commerce*, makalah dalam seminar tentang Peran Penegak Hukum Dalam Kaitannya Dengan Transaksi Perbankan” yang diselenggarakan oleh Bank Mandiri pada hari Kamis, 18 Januari 2001 di Mandiri Club Jakarta, hlm. 1.

Syahril, M. A. F. (2021). Published Privacy Rights via Short Messages. *Amsir Law Journal*, 3(1), 11-19.

Tadiyanto, Framework E-Commmerce, ANDI, Yogyakarta, 2001, hlm. 11.

Wulandari, Y. S. (2018). Perlindungan Hukum bagi Konsumen terhadap Transaksi Jual Beli E-Commerce. *AJUDIKASI: Jurnal Ilmu Hukum*, 2(2), 199-210.

Undang–Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Conflict of Interest Statement:

The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Copyright © 2022 Litigasi. All rights reserved.