

Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce

Ahmad Ahmad¹ Johamran Pransisto² Muh. Akbar Fhad Syahril

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

Corresponding Email: ahmad.madras@gmail.com¹

Abstract

This study aims to determine the practice of buying and selling, and to find out that regulations on consumer protection are still in accordance with the pattern of buying and selling online. This research uses normative legal research with a literature study approach, types and sources of legal materials using primary legal materials and secondary legal materials. Data analysis will be examined from a qualitative perspective. The results of the research show that online buying and selling practices and regulations on consumer protection have been accommodated in Law no. 8 of 1999 (consumer protection), law no. 31 of 2004 (Engagement), law no. 7 of 2014 (trade) and Law no. 19 of 2016 (ITE).

Keywords: Trading; Buy and sell; On line.

Publish Date: 6 Mei 2023

Pendahuluan

Perkembangan teknologi telah mengubah kebiasaan masyarakat dalam melakukan perdagangan,¹ masyarakat yang sebelumnya melakukan transaksi jual-beli secara langsung atau bertatap muka antara konsumen dan produsen perlahan berubah menjadi sebuah gaya baru yaitu transaksi jual beli melalui internet atau transaksi Online yang merupakan cara baru dalam melakukan kegiatan transaksi jual beli.²

Hal ini membuat banyak penjual Online Shop yang berlomba-lomba menawarkan produknya mulai dari perhiasan pakaian, alat rumah tangga, kendaraan sampai kebutuhan makanan dan minuman dengan berbagai cara untuk menarik konsumen berbelanja,³ mereka memanfaatkan keadaan Online Shopping

yang sedang diminati oleh masyarakat Internasional, termasuk didalamnya adalah masyarakat Indonesia sampai saat ini. Sebagian masyarakat menikmati keadaan yang mempermudah mereka ini dalam berbelanja dan sebagian lagi memanfaatkan situasi yang terjadi dengan cara berbisnis secara Online

Konsumen Menurut ketentuan Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, Tentang Perlindungan Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.⁴

Menurut Arwiedya, menjamurnya Online Shop membuka peluang usaha dalam bidang produk fashion di internet yang banyak membidik semua kalangan namun pada umumnya adalah remaja sebagai konsumennya.⁵ Keunggulan bisnis Online Shop selain mudah dalam melakukan promosi, juga sangat efisien

¹ Syahril, M. A. F. (2023). Hukum Informasi dan Transaksi Elektronik.

² Karim, K., Herman, B., & Syahril, M. A. F. (2021). Criminological Analysis of Online Buying Fraud. *DME Journal of Law*, 2(01), 1-15.

³ Lestari, D. A. Y. (2027). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN SITUS ONLINE SHOPEE MELALUI KEPUASAN PELANGGAN (Studi Empiris Mahasiswa Program Magister Manajemen Angkatan 2018 Univeristas Hasanuddin Makassar) (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).

⁴ *Vide* Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, Tentang Perlindungan Konsumen

⁵ Jannah, S. N. (2017). Analisis Open Order Dan Close Order Terhadap Minat Beli Produk Online Shop Studi Pada Snjcollection. *Competence: Journal of Management Studies*, 11(2).

karena hanya membutuhkan biaya berlangganan internet untuk dapat menjalankan bisnisnya.⁶

Perkembangan bisnis melalui media internet semakin hari semakin meningkat, seiring dengan meningkatnya pengguna internet di dunia terutama di Indonesia. Media internet telah menjadi salah satu sarana promosi produk yang memiliki prospek sangat baik saat ini, dimana melalui media internet penjual dapat menjangkau segala kebutuhannya.⁷ Kelebihan-kelebihan dari Online Shop inilah yang menyebabkan bisnis Online menjadi trend yang sangat luar biasa, dalam lima tahun terakhir bisnis via internet semakin meluas.⁸ Bahkan perusahaan-perusahaan besar pada akhirnya menggunakan Online Shop sebagai citra diri perusahaan untuk lebih menjangkau konsumennya.⁹

Bisnis Online adalah segala kegiatan bisnis atau urusan/kepentingan yang menggunakan fasilitas internet untuk mencapai tujuan (keuntungan atau profit).¹⁰ Perlindungan konsumen pada saat ini tidak dapat dipisahkan dari kegiatan jual-beli. Dalam kegiatan perdagangan ini diharapkan menimbulkan keseimbangan Hak dan kewajiban antara pelaku usaha (produsen) dan konsumen.¹¹

Di Indonesia saat ini perlindungan konsumen mendapat perhatian yang cukup baik karena menyangkut aturan untuk

menciptakan kesejahteraan.¹² Dengan adanya keseimbangan antara pelaku usaha dan konsumen dapat menciptakan rakyat yang sejahtera dan Makmur.¹³

Secara umum dan mendasar hubungan antara produsen (perusahaan penghasil barang dan atau jasa) dan konsumen (pemakai akhir dari barang dan atau jasa untuk diri sendiri atau keluarganya) merupakan hubungan yang terus menerus atau berkesinambungan.¹⁴ Hubungan tersebut terjadi karena keduanya memang saling menghendaki dan mempunyai tingkat ketergantungan yang cukup tinggi antara yang satu dengan yang lainnya. Produsen sangat membutuhkan dan sangat bergantung atas dukungan konsumen sebagai pelanggan. Tanpa dukungan konsumen, tidak mungkin produsen dapat terjamin kelangsungan usahanya dengan beragam pilihan.¹⁵

Kondisi seperti ini, pada sisi lain menguntungkan konsumen, karena kebutuhan terhadap barang dan jasa yang diinginkan dapat terpenuhi namun di sisi lain, fenomena tersebut menempatkan kedudukan konsumen terhadap produsen tidak seimbang di mana konsumen berada pada posisi yang lemah. Karena konsumen sebagai objek aktivitas bisnis untuk meraup keuntungan yang besar melalui kiat promosi dan cara penjualan yang dapat merugikan konsumen.

Undang-undang di Indonesia saat ini yang dapat digunakan sebagai pedoman adalah Undang-undang perlindungan konsumen karena bertujuan untuk menciptakan sistem perlindungan

⁶ Syahril, M. A. F. (2023). Hukum Informasi dan Transaksi Elektronik.

⁷ Permata, A. A. (2016). Pemanfaatan media sosial untuk jual beli online di kalangan mahasiswa fisip universitas airlangga surabaya melalui Instagram (Doctoral dissertation, Universitas Airlangga).

⁸ Ahmad. (2022). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Perdagangan Jual Beli Online. Parepare: Fakultas Hukum Institut Ilmu Sosial dan Bisnis Andi Sapada

⁹ YOLFANY, M. A. (2017). PEMANFAATAN INFORMASI DALAM WEBSITE E-COMMERCE (Studi deskriptif penggunaan olx dalam jual beli online di kalangan mahasiswa Universitas Airlangga) (Doctoral dissertation, Universitas Airlangga).

¹⁰ MAS'UD, A. A. (2021). Perlindungan Konsumen Pada Transaksi Jual Beli Online Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus Pada Kelurahan Sabbamparu Kota Palopo) (Doctoral dissertation, INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO).

¹¹ Karim, K., Herman, B., & Syahril, M. A. F. (2021). Criminological Analysis of Online Buying Fraud. DME Journal of Law, 2(01), 1-15.

¹² Arifin, M. (2022). ANALISIS PERLINDUNGAN KONSUMEN ATAS BEREDARNYA MAKANAN KADALUARSA BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN (Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB).

¹³ Atom, P. N. (2014). Perlindungan Terhadap Konsumen Bahan Makanan dan Minuman Kadaluarsa Di Kabupaten Manggarai Provinsi Nusa Tenggara Timur. Jurnal Ilmiah Ilmu Hukum, 1-17

¹⁴ Kristiyanti, C. T. S. (2022). Hukum perlindungan konsumen. Sinar Grafika.

¹⁵ Muchrozi, A. A. (2018). Tanggung Jawab Pelaku Usaha Jasa Cuci Kendaraan Terhadap Hilangnya Barangbarang Didalam Kendaraan Milik Konsumen (Doctoral dissertation).

konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi,¹⁶ meskipun di dalamnya tidak secara khusus mengatur transaksi Online selain dikarenakan konsumen memiliki hak-hak yang penting untuk ditegakkan, tetapi juga demi menumbuhkan kesadaran pelaku usaha agar tidak melakukan penipuan terhadap konsumen.

Dengan menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha. Dalam hal ini di samping keberadaan Undang-undang perlindungan konsumen, regulasi yang secara khusus mengatur tentang kegiatan jual beli Online diperlukan karena tidak hanya dapat memberikan perlindungan bagi konsumen tetapi juga pelaku bisnis Online.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian yang digunakan adalah Penelitian Normatif yaitu dengan didasarkan pada penelitian terhadap bahan hukum, bahan hukum sekunder serta bahan hukum tersier.¹⁷ Penelitian ini berkaitan dengan studi pustaka (*library research*). Penelitian ini didukung dengan Pendekatan Perundang undangan (*Statute Approach*) dan Pendekatan Konseptual (*Conceptual Approach*)¹⁸

Analisis dan Pembahasan Praktik Jual Beli Secara Online

Dalam pelaksanaan transaksi jual beli via internet (e-commerce), sama halnya dengan transaksi jual beli biasa yang dilakukan di dunia nyata, dilakukan oleh para pihak yang terkait,¹⁹ walaupun dalam jual beli secara internet ini pihak-pihaknya tidak

bertemu secara langsung satu sama lain, tetapi berhubungan melalui internet. yang bisa dilakukan via sms, dan mencapai kesepakatan antara penjual dan pembeli.²⁰ Dalam pelaksanaan transaksi jual beli melalui via internet (*e-commerce*), Menurut Budhiyanto sebagaimana dikutip oleh Didik M. Arief Mansur dan Elisatris Gultom mengidentifikasi pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi e-commerce terdiri dari pihak-pihak yang terkait antara lain:²¹

1. Penjual atau pengusaha yang menawarkan sebuah produk melalui internet sebagai pelaku usaha.
2. Pembeli atau konsumen yaitu setiap orang yang tidak dilarang oleh undang-undang, yang menerima penawaran dari penjual atau pelaku usaha dan berkeinginan untuk melakukan transaksi jual beli produk yang ditawarkan oleh penjual/pelaku usaha.
3. Bank sebagai pihak penyalur dana dari pembeli atau konsumen kepada penjual atau pelaku usaha/merchant, karena pada transaksi jual beli secara elektronik, penjual dan pembeli tidak berhadapan langsung, sebab mereka berada pada lokasi yang berbeda sehingga pembayaran dapat dilakukan melalui perantara bank
4. Jasa pembayaran.
5. Certification Authoritis, merupakan pihak ketiga yang netral yang memegang hak untuk mengeluarkan sertifikasi kepada merchant, kepada issuer dan dalam beberapa hal diberikan pula kepada card holder

Dalam kutipan di atas, dapat dipahami bahwa pihak-pihak dalam jual beli secara via internet (e-commerce), masing-masing memiliki hak dan kewajiban.²²

¹⁶ *Vide* Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

¹⁷ Nawi, S. (2017). Penelitian Hukum Normatif Versus Penelitian Hukum Empiris, Makassar: PT. Umitoha Ukhuwah Grafika.

¹⁸ Irwansyah, I. (2020). Penelitian Hukum: Pilihan Metode & Praktik Penulisan Artikel. Yogyakarta: Mirra Buana Media.

¹⁹ Muttaqin, A. (2013). Transaksi e-commerce dalam tinjauan hukum jual beli islam. *Ulumuddin Journal of Islamic Legal Studies*, 7(1).

²⁰ Susanti, I. (2017). Tinjauan Yuridis Terhadap Perlindungan Konsumen Belanja Online Berdasarkan Uu No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Juncto Uu No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik. *Sigma-Mu*, 9(1), 19-32.

²¹ Sumenge, M. (2013). Penipuan Menggunakan Media Internet Berupa Jual-Beli Online. *Lex Crimen*, 2(4).

²² Pekerti, R., Susilowati, D., & Herwiyanti, E. (2019). Transaksi E-Commerce: Analisis Sudut Pandang Akad Wakalah dan Salam serta PSAK Syariah 103. SAR

Penjual atau pelaku usaha merupakan pihak yang menawarkan produk melalui internet.²³ Oleh karena itu, seorang penjual wajib memberikan informasi secara benar dan jujur atas produk yang ditawarkan kepada pembeli atau konsumen. Pelaksanaan transaksi jual beli via internet (e-commerce) pada dasarnya memiliki kesamaan dengan mekanisme jual beli secara konvensional.²⁴ Yang berbeda adalah sistem atau alat yang digunakan yang satu dilakukan secara online, yang satunya secara manual (*offline*) sehingga dibutuhkan proteksi hukum khususnya bagi konsumen. Hal ini sesuai dengan pendapat dari J. Sidobalok, mengenai perlindungan konsumen adalah:²⁵

Perlindungan konsumen adalah keseluruhan peraturan dan hukum yang mengatur hak dan kewajiban konsumen dan produsen yang timbul dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dan mengatur upaya-upaya untuk menjamin terwujudnya perlindungan hukum terhadap kepentingan konsumen.

Transaksi jual beli ini dapat pula dibedakan dalam 3 (tiga) tahapan, yaitu tahap pra transaksi, tahap transaksi (yang sesungguhnya), dan tahap purna transaksi. Transaksi dengan menggunakan e-mail dapat dilakukan dengan mudah. Kedua belah pihak harus memiliki e-mail address (alamat email) sebagai wujud konkrit adalah kedua belah pihak harus memiliki HP sehingga media proses transaksi.

Seorang pembeli/konsumen memiliki kewajiban untuk membayar harga barang yang telah dibelinya dari penjual sesuai jenis barang dan harga yang telah disepakati antara

penjual dengan pembeli tersebut.²⁶ Selain itu, pembeli juga wajib mengisi data identitas diri yang sebenar-benarnya dalam formulir penerimaan.

Pembeli berhak mendapatkan informasi secara lengkap atas barang yang akan dibelinya dari seorang penjual, sehingga pembeli tidak dirugikan atas produk yang telah dibelinya itu.²⁷ Pembeli juga berhak mendapatkan perlindungan hukum atas perbuatan penjual/pelaku usaha yang tidak beritikad baik yang wujudnya tercantum dalam Pasal 1 angka 1 dan Pasal 3 Undang Undang Perlindungan Konsumen,²⁸ hal ini sejalan dengan pendapat dari Sudikno Mertokusumo yang menguraikan bahwa:²⁹

Perjanjian yaitu perbuatan berdasar kesepakatan dimana seorang atau lebih saling mengikatkan dirinya untuk menimbulkan akibat hukum, definisi tersebut menunjukkan adanya asas konsensualisme, asas kepercayaan, dan asas keseimbangan.

Dari karakteristik di atas, bisa di lihat bahwa yang membedakan bisnis online dengan bisnis offline yaitu proses transaksi (akad) dan media utama dalam proses tersebut. Akad merupakan unsur penting dalam suatu bisnis. Secara umum, bisnis juga menjelaskan adanya transaksi yang bersifat fisik, dengan menghadirkan benda tersebut ketika transaksi, atau tanpa menghadirkan benda yang dipesan, tetapi dengan ketentuan harus dinyatakan sifat benda secara konkret, baik diserahkan langsung atau diserahkan kemudian sampai batas waktu tertentu.

Provider merupakan pihak lain dalam transaksi jual beli via internet (e-commerce), dalam hal ini provider memiliki kewajiban untuk menyediakan layanan akses 24 jam

(Soedirman Accounting Review): Jurnal of Accounting and Business, 3.

²³ Putra, S. (2014). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Melalui E-Commerce. Jurnal Ilmu Hukum, 5(2), 197-208.

²⁴ Akhmaddhian, S., & Agustiwi, A. (2016). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Secara Elektronik Di Indonesia. UNIFIKASI: Jurnal Ilmu Hukum, 3(2), 40-60.

²⁵ Poernomo, S. L. CONSUMER PROTECTION PERSPECTIVE BASED ON THE IMPLEMENTATION OF HALAL CERTIFICATION FOOD AND DRINKS AT THE RESTAURANT IN MAKASSAR.

²⁶ Muttaqin, A. (2013). Transaksi e-commerce dalam tinjauan hukum jual beli islam. Ulumuddin Journal of Islamic Legal Studies, 7(1).

²⁷ Sumenge, M. (2013). Penipuan Menggunakan Media Internet Berupa Jual-Beli Online. Lex Crimen, 2(4).

²⁸ *Vide* Pasal 1 (1) dan Pasal 3 Undang Undang No 8 Tahun 1999 Perlindungan Konsumen

²⁹ Tumbol, C. I. A. (2018). Tinjauan Yuridis Terhadap Penggunaan Visa Kunjungan Oleh Warga Negara Asing Menurut Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2011 Tentang Keimigrasian. LEX ADMINISTRATUM, 6(4).

kepada calon pembeli untuk dapat melakukan transaksi jual beli, via internet (*e-commerce*) dengan penjualan yang menawarkan produk lewat internet tersebut, dalam hal ini terdapat kerjasama antara penjual/pelaku usaha dengan provider dalam menjalankan usaha melalui internet.³⁰

Transaksi jual beli secara elektronik merupakan hubungan hukum yang dilakukan dengan memadukan jaringan (*network*) dari sistem informasi yang berbasis komputer dengan sistem komunikasi yang berdasarkan jaringan dan jasa telekomunikasi.³¹

Pelaksanaan transaksi jual beli ini melalui via internet (*e-commerce*) sesuai dengan Aplikasi *E-Commerce* di Indonesia seperti Shopee, tokopedia, lazada, bukalapak, blibli memerlukan beberapa tahap, yaitu: penawaran, penerimaan, pengiriman, dan pembayaran.

a. Penawaran

Penawaran yang dilakukan oleh penjual atau pelaku usaha melalui website pada internet. Penjual atau pelaku usaha menyediakan buku yang berisi catalog produk dan pelayanan yang akan diberikan. Masyarakat yang memasuki website pelaku usaha tersebut dapat melihat-lihat barang yang ditawarkan oleh penjual.

Salah satu keuntungan transaksi jual beli melalui via internet (*e-commerce*) ini adalah bahwa pembeli dapat berbelanja kapan saja dan di mana saja tanpa dibatasi ruang dan waktu. Penawaran dalam sebuah website biasanya menampilkan barang - barang yang ditawarkan, harga, nilai rating atau poll otomatis tentang barang yang di isi oleh pembeli sebelumnya, spesifikasi barang termaksud dan menu produk lain yang berhubungan.

Dalam pelaksanaan transaksi jual beli via internet (*e-commerce*) penawaran

terjadi apabila pihak lain yang menggunakan media internet memasuki situs milik penjual atau pelaku usaha yang menggunakan media internet dan tidak memasuki situs milik pelaku usaha yang menawarkan sebuah produk maka tidak dapat dikatakan ada penawaran. Dengan demikian penawaran melalui media internet hanya dapat terjadi apabila seseorang membuka situs (Lazada, Shope, Tokopedia, Buka Lapak, Blibli) yang menampilkan sebuah tawaran melalui internet tersebut.

b. Penerimaan

Penerimaan dapat dilakukan tergantung penawaran yang terjadi, apabila penawaran dilakukan melalui e-mail address, maka penerimaan dilakukan melalui email, karena penawaran hanya ditujukan pada sebuah email yang dituju sehingga hanya pemegang e-mail tersebut dituju. Penerimaan melalui website ditujukan untuk seluruh masyarakat yang membuka website tersebut, karena siapa saja dapat masuk ke dalam website yang berisikan penawaran atas suatu barang yang ditawarkan oleh penjual atau pelaku usaha.

Setiap orang yang berminat untuk membeli barang yang ditawarkan itu dapat membuat kesepakatan dengan penjual atau pelaku usaha yang menawarkan barang tersebut. Transaksi jual beli khususnya untuk tahap penerimaan melalui website, biasanya calon pembeli akan memilih barang tertentu yang ditawarkan oleh penjual atau pelaku usaha, dan jika calon pembeli atas konsumen itu tertarik untuk membeli salah satu barang yang ditawarkan, maka barang itu akan di simpan terlebih dahulu sampai calon pembeli atau konsumen merasa yakin akan pilihannya, selanjutnya pembeli akan memasuki tahap pembayaran.

³⁰ Rohendi, A. (2015). Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Perspektif Hukum Nasional dan Internasional. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 3(2), 474-488.

³¹ Rosyita, E. (2019). EFEKTIVITAS E-COMMERCE DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN DI TOKO KOMPUTER "EG COMPUTER" PURWOKERTO (Doctoral dissertation, IAIN Purwokerto).

c. Pembayaran

Pada tahap pembayaran, dapat dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung, misalnya melalui fasilitas internet, namun tetap bertumpu pada sistem keuangan nasional, yang mengacu pada sistem keuangan lokal. Biasanya pembeli membayar langsung pada bank. Bank sebagai perantara dalam transaksi jual beli melalui via internet (*e-commerce*), berfungsi sebagai penyalur dan atas pembayaran suatu produk dari pembeli kepada penjual produk

Bank sebagai perantara dalam transaksi jual beli melalui via internet (*e-commerce*), karena mungkin saja pembeli yang berkeinginan membeli produk dari penjual melalui internet berada di lokasi yang letaknya saling berjauhan sehingga pembeli termaksud harus menggunakan fasilitas bank untuk melakukan pembayaran atas harga produk yang telah dibelinya dari penjual, misalnya dengan proses penransferan dari rekening pembeli kepada rekening penjual.

d. Pengiriman

Pengiriman merupakan suatu proses yang dilakukan setelah pembayaran atas barang yang ditawarkan oleh penjual kepada pembeli, dalam hal ini pembeli berhak atas penerimaan barang yang dimaksud. Pada kenyataannya, barang yang dijadikan objek perjanjian dikirimkan oleh penjual kepada pembeli dengan biaya pengiriman sebagaimana telah diperjanjikan antara penjual dan pembeli

Dengan demikian, pihak-pihak yang dapat terlibat dalam satu transaksi jual beli secara elektronik, tidak hanya antara individu dengan individu tetapi juga dengan sebuah perusahaan, perusahaan dengan perusahaan atau bahkan antara individu dengan pemerintah. Syaratnya para pihak termasuk secara perdata telah memenuhi persyaratan untuk dapat melakukan suatu perbuatan hukum dalam hal ini hubungan hukum jual beli, hal ini sesuai dengan tujuan

perlindungan konsumen (Pasal 3 Undang Undang Perlindungan Konsumen)

Perdagangan Jual Online (*E-Commerce*), memberikan banyak manfaat bagi semua pihak yang terkait yaitu Pelaku Usaha dan Customer,³² berikut manfaat dari kedua komponen:³³

1) Manfaat E-commerce bagi pelaku usaha:

- a) Penjualan global, E-commerce memungkinkan sebuah perusahaan atau pemilik usaha untuk menjual produk yang mereka buat kepada konsumen yang lebih banyak. Dengan kata lain, perusahaan dapat mencakup pasar yang lebih luas. Contoh, perusahaan pengrajin ukiran jepara di Indonesia dapat memasarkan produknya ke semua negara tanpa membuka toko di negara tujuan hal ini sesuai dengan manfaat E-Commerce dengan Undang Undang Perlindungan Konsumen.³⁴
- b) Pengurangan infrastruktur perusahaan, Perusahaan atau pemilik usaha tidak perlu membuka banyak cabang penjualan ataupun distribusi (akan tetapi dalam beberapa kasus, banyak e-commerce yang tetap membuka gudang penyimpanan ataupun produksi di berbagai negara untuk mempermudah konsumen dalam shipping barang).
- c) Pengurangan biaya perusahaan/meningkatkan keuntungan bersih, dengan

³²ANGGUN, Y. A. (2022). PERKEMBANGAN UMKM BIDANG KULINER DI KOTA BANDAR LAMPUNG: SEBELUM DAN SESUDAH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS LAMPUNG).

³³ Ahmad. (2022). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Perdagangan Jual Beli Online. Parepare: Fakultas Hukum Institut Ilmu Sosial dan Bisnis Andi Sapada

³⁴ *Vide* Pasal 3 Undang Undang No 8 Tahun 1999 Perlindungan Konsumen

- adanya e-commerce, pemilik usaha atau perusahaan tidak perlu mengeluarkan biaya yang berlebih dalam menyediakan banyak toko atau gedung serta pegawai yang banyak. Hal ini akan meningkatkan keuntungan dengan menurunkan biaya operasional perusahaan.
- d) Pengurangan harga produk, Harga barang dapat ditekan semurah mungkin dikarenakan akumulasi dari beberapa manfaat diatas, sehingga konsumen lebih tertarik membeli dan jangkauan juga semakin luas dari berbagai lapisan masyarakat.
- 2) Manfaat dan Keuntungan *E-commerce* bagi konsumen:
- a) Belanja, belanja jadi berbeda dengan toko yang biasanya tutup pada jam malam seperti toko buku yang hanya terbuka mulai dari jam 9 pagi hingga jam 9 malam. Toko buku online dapat terbuka untuk pengecekan dan pembelian 24 jam selama 7 hari atau non-stop.
- b) Menghemat waktu, tidak perlu datang ke toko dalam membeli produk langsung, cukup membuka website, barang dapat langsung dipesan, dan barang pun dapat dikirim ke alamat yang dituju.
- c) Barang/jasa semakin murah, harga yang lebih murah juga bisa didapatkan konsumen karena perusahaan dapat memotong biaya operasional.
- d) Konsumen mampu membandingkan dengan lebih akurat, Dengan adanya E-commerce khususnya berbasis online, konsumen mampu membandingkan banyak produk sekaligus, tinggal klik. Hal ini berbeda dengan toko biasa, dimana kita harus berjalan ke beberapa tempat sekaligus, apalagi yang berbeda toko.
- e) Pembeli lintas batas, dengan adanya e-commerce, pembeli mampu membeli barang atau jasa dari luar negara tanpa harus ke luar negeri. Contoh pembeli dapat memesan sepatu nike original dari USA tanpa harus ke Amerika. Dalam kenyataannya/praktiknya pelaksanaan jual beli On Line sangat mengedepankan perlindungan hukum terhadap konsumen karena sangat mengedepankan asas dan tujuan perlindungan konsumen sesuai dengan Undang Undang Perlindungan Konsumen Pasal 1 angka 1 mengenai asas dalam perlindungan konsumen dan Pasal 3 Undang-undang Perlindungan Konsumen mengenai tujuan perlindungan konsumen.
- Walaupun demikian Caterine M. Simamora juga menyatakan Perdagangan online bukan suatu sistem yang sama sekali aman, karena di dalamnya masih terdapat kelemahan dan dapat menjadi ancaman keamanan pada sistem *e-commerce* yang di antaranya adalah:
1. Bagi orang yang tidak berhak melakukan akses ke dalam sistem suatu komputer dapat dengan mudah melakukan segala sesuatu sesuai dengan keinginan dengan bebas. Kejadian hackedaccount oleh orang yang tidak bertanggung jawab sudah banyak terjadi.
 2. Seseorang dapat memantau semua informasi rahasia hanya dengan melakukan monitoring atau pengawasan komunikasi sederhana kepada layanan komunikasi yang digunakan di sebuah tempat pada jaringan komunikasi.
 3. Segala hal yang dapat membahayakan kerahasiaan pada informasi pribadi seseorang tanpa melakukan tindak penetrasi, seperti mengubah informasi transaksi di tengah jalan atau membuat sebuah sistem server palsu

yang dapat menipu banyak orang untuk memberikan informasi rahasia mereka secara sukarela, seperti halnya terhipnotis kepada hal-hal yang tidak pada umumnya, contohnya harga miring atau penawaran yang sangat amat menarik.

Regulasi Terhadap Perlindungan Konsumen Masih Sesuai Dengan Adanya Pola Perdagangan Jual Beli Online. Berdasarkan dengan judul mengenai Perlindungan Hukum Konsumen terhadap Perdagangan Online (E-commerce), maka oleh terdapat beberapa Regulasi yang sudah diterapkan di Negara Indonesia berkaitan dengan judul tersebut sbb:

1. Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Republik Indonesia menjelaskan bahwa hak konsumen diantaranya adalah hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan atau jasa; 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 untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif; hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan atau penggantian, apabila barang dan atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

Dari undang-undang tersebut sangat jelas bahwa konsumen selain memiliki Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan atau jasa; 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 untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif, namun konsumen juga memiliki Hak Perlindungan untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan atau penggantian, apabila barang

dan atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

Sehingga konsumen dapat melakukan penggantian barang yang diterima jika tidak sesuai dengan yang diharapkan dan Pasal ini yang dapat dijadikan dasar dalam pengajuannya.

2. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata buku III tentang Perikatan

Dimana dalam Buku ketiga tentang perikatan ini mengatur tentang hak dan kewajiban yang terbit dari perjanjian, perbuatan melanggar hukum dan peristiwa-peristiwa lain yang menerbitkan hak dan kewajiban perseorangan, dengan menganut sistem terbuka (*open system*),³⁵ artinya bahwa para pihak bebas mengadakan kontrak dengan siapa pun, menentukan syarat-syaratnya, pelaksanaannya, maupun bentuk kontraknya baik secara tertulis maupun lisan.

Kontrak secara online sudah diakomodir dalam perjanjian disini dengan *diback up* dengan perjanjian tertulis yang dapat dibuktikan dengan alat bukti elektronik berupa order SMS atau WA.

3. Undang Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang perdagangan

Undang-Undang Nomor 7 tahun 2014 tentang Perdagangan adalah pengaman pembangunan nasional di bidang ekonomi yang disusun dan dilaksanakan untuk memajukan kesejahteraan umum melalui pelaksanaan demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan.

4. Undang Undang Nomor 19 tahun 2016 (ITE)

Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak atau melawan hukum melakukan intersepsi atau penyadapan atas Informasi

³⁵ Syahril, M. A. F. (2021). Implikasi Pandemi Covid-19 Terhadap Pelaksanaan Perjanjian Kredit.

Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dalam suatu Komputer dan/atau Sistem Elektronik tertentu milik Orang lain.³⁶

Revisi Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Jo Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) ini terutama untuk menghapus pasal-pasal karet yang penafsirannya berbeda-beda dan mudah ditentramkan secara sepihak oleh aparat penegak hukum

Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Jo Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Perubahan tersebut dalam Pasal 26 (2):³⁷

“Setiap Orang yang melanggar haknya sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat mengajukan gugatan atas kerugian yang ditimbulkan berdasarkan Undang-Undang ini.”

Dimana diberikan ruang untuk menggugat jika mengalami kerugian atas transaksi *On line* serta sanksi yang diberikan sesuai Pasal 45A Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Jo Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

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

Revisi ini dilakukan karena Sesuai dengan sistem hukum Indonesia yang dianut Indonesia yakni civil law, maka Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 merupakan peran nyata pemerintah guna memberikan

pengaturan bagi kondisi nyata saat ini dimana banyak di media sosial muatan yang melanggar kesusilaan, perjudian, penghinaan atau pencemaran nama baik, pemerasan dan sebagainya.

Kesimpulan

Praktik jual beli secara online (E-commerce) merupakan bagian dari e-business, di mana cakupan e-business cukup luas, tidak hanya sekadar perniagaan tetapi mencakup juga pengolaborasi mitra bisnis, pelayanan nasabah, lowongan pekerjaan, dan lain-lain. Selain teknologi jaringan www, e-commerce juga memerlukan teknologi basis data atau pangkalan data (databases), email, dan bentuk teknologi non-komputer yang meliputi beberapa bagian mulai dari penawaran, penerimaan, pengiriman hingga proses dalam kegiatan pembayaran untuk e-commerce ini. Sedikitnya ada empat pihak yang terlibat di dalam transaksi e-commerce. Pihak tersebut antara lain yaitu:

Perusahaan penyedia barang (penjual), Pembeli, Perusahaan penyedia jasa pengiriman, Jasa pembayaran, dan Certification Authoritis. Adapun regulasi terhadap perlindungan konsumen masih sesuai dengan adanya pola perdagangan jual beli secara *On line/E-Commerce* masih relevan dimana dengan adanya regulasi yang mengaturnya yaitu, Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata buku III tentang Perikatan, Undang-Undang tentang perdagangan, dan Undang-Undang ITE. Sehingga dari beberapa regulasi tersebut memberikan perlindungan kepada Konsumen Online (E-Commerce) dalam bertransaksi jika ada pihak Produsen yang akan mempermainkan Konsumen.

³⁶ Syahril, M. A. F. (2023). Hukum Informasi dan Transaksi Elektronik.

³⁷ Vide Pasal 26 (2) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Jo Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Referensi

- Ahmad. (2022). *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Perdagangan Jual Beli Online*. Parepare: Fakultas Hukum Institut Ilmu Sosial dan Bisnis Andi Sapada
- Akhmaddhian, S., & Agustiwati, A. (2016). *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Secara Elektronik Di Indonesia*. UNIFIKASI: Jurnal Ilmu Hukum, 3(2), 40-60.
- Anggun, Y. A. (2022). *Perkembangan Umkm Bidang Kuliner Di Kota Bandar Lampung: Sebelum Dan Sesudah Penggunaan Media Sosial* (Doctoral Dissertation, Universitas Lampung).
- Arifin, M. (2022). *Analisis Perlindungan Konsumen Atas Beredarnya Makanan Kadaluarsa Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB).
- Atom, P. N. (2014). *Perlindungan Terhadap Konsumen Bahan Makanan dan Minuman Kadaluwarsa Di Kabupaten Manggarai Provinsi Nusa Tenggara Timur*. Jurnal Ilmiah Ilmu Hukum, 1-17
- Irwansyah, I. (2020). *Penelitian Hukum: Pilihan Metode & Praktik Penulisan Artikel*. Yogyakarta: Mirra Buana Media.
- Jannah, S. N. (2017). *Analisis Open Order Dan Close Order Terhadap Minat Beli Produk Online Shop Studi Pada Snjcollection*. Competence: Journal of Management Studies, 11(2).
- Karim, K., Herman, B., & Syahril, M. A. F. (2021). *Criminological Analysis of Online Buying Fraud*. DME Journal of Law, 2(01), 1-15.
- Kristiyanti, C. T. S. (2022). *Hukum perlindungan konsumen*. Sinar Grafika.
- Lestari, D. A. Y. (2027). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menggunakan Situs Online Shopee Melalui Kepuasan Pelanggan* (Studi Empiris Mahasiswa Program Magister Manajemen Angkatan 2018 Univeristas Hasanuddin Makassar) (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).
- Mas'ud, A. A. (2021). *Perlindungan Konsumen Pada Transaksi Jual Beli Online Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah* (Studi Kasus Pada Kelurahan Sabbamparu Kota Palopo) (Doctoral Dissertation, Institut Agama Islam Negeri Palopo).
- Muchrozi, A. A. (2018). *Tanggung Jawab Pelaku Usaha Jasa Cuci Kendaraan Terhadap Hilangnya Barangbarang Didalam Kendaraan Milik Konsumen* (Doctoral dissertation).
- Muttaqin, A. (2013). *Transaksi e-commerce dalam tinjauan hukum jual beli islam*. Ulumuddin Journal of Islamic Legal Studies, 7(1).
- Nawi, S. (2017). *Penelitian Hukum Normatif Versus Penelitian Hukum Empiris*, Makassar: PT. Umitoha Ukhuwah Grafika.
- Pekerti, R., Susilowati, D., & Herwiyanti, E. (2019). *Transaksi E-Commerce: Analisis Sudut Pandang Akad Wakalah dan Salam serta PSAK Syariah 103*. SAR (Soedirman Accounting Review): Jurnal of Accounting and Business, 3.
- Permata, A. A. (2016). *Pemanfaatan media sosial untuk jual beli online di kalangan mahasiswa fisip universitas airlangga surabaya melalui Instagram* (Doctoral dissertation, Universitas Airlangga).
- Poernomo, S. L. *Consumer Protection Perspective Based on The Implementation of Halal Certification Food And Drinks At The Restaurant In Makassar*.
- Putra, S. (2014). *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Melalui E-Commerce*. Jurnal Ilmu Hukum, 5(2), 197-208.
- Rohendi, A. (2015). *Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Perspektif Hukum Nasional dan Internasional*. Jurnal

- Ecodemica: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis, 3(2), 474-488.
- Rosyita, E. (2019). Efektivitas E-Commerce Dalam Meningkatkan Penjualan Di Toko Komputer “Eg Computer” Purwokerto (Doctoral dissertation, IAIN Purwokerto).
- Sumenge, M. (2013). Penipuan Menggunakan Media Internet Berupa Jual-Beli Online. *Lex Crimen*, 2(4).
- Susanti, I. (2017). Tinjauan Yuridis Terhadap Perlindungan Konsumen Belanja Online Berdasarkan UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Juncto UU No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik. *Sigma-Mu*, 9(1), 19-32.
- Syahril, M. A. F. (2021). Implikasi Pandemi Covid-19 Terhadap Pelaksanaan Perjanjian Kredit.
- Syahril, M. A. F. (2023). Hukum Informasi dan Transaksi Elektronik.
- Tumbol, C. I. A. (2018). Tinjauan Yuridis Terhadap Penggunaan Visa Kunjungan Oleh Warga Negara Asing Menurut Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2011 Tentang Keimigrasian. *LEX ADMINISTRATUM*, 6(4).
- Yolfany, M. A. (2017). Pemanfaatan Informasi Dalam Website E-Commerce (Studi deskriptif penggunaan olx dalam jual beli online di kalangan mahasiswa Universitas Airlangga) (Doctoral dissertation, Universitas Airlangga).
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen
- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
- Undang Undang Nomor. 7 Tahun 2014 tentang perdagangan
- Undang-Undang Nomor 19 tahun 2016 tentang Informasi dan transaksi Elektornik

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 © 2023 Litigasi. All rights reserved.