

UPAYA PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE E-COMMERCE

Parida¹, Yuni Dhea Utari², Suci Hijriyati³
Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Bengkalis
fidaparida60@gmail.com

Abstrak ;

Meningkatnya praktik transaksi perdagangan online (e-commerce) di Indonesia memudahkan masyarakat untuk berbelanja barang dan jasa yang dibutuhkan. Namun, hal ini juga mengakibatkan banyak pelanggaran terhadap hak-hak konsumen, membuka peluang terjadinya kecurangan oleh pelaku usaha atau pihak ketiga terkait keamanan data pribadi yang disediakan oleh pemilik toko online. Akibatnya, hal ini berdampak pada perlindungan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk memahami perlindungan bagi pengguna layanan jual beli online (e-commerce) terkait kerahasiaan data pribadi dan bagaimana pemilik toko menyelesaikan sengketa yang berkaitan dengan kerugian konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah metode hukum normatif yang bersumber dari peraturan perundang-undangan dan literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli online melalui e-commerce masih belum jelas. Perlindungan bagi konsumen atas kerugian yang disebabkan oleh ketidak bertanggungjawaban pelaku usaha e-commerce dalam menyelesaikan transaksi belum diatur secara tegas dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK). Namun, jika pelaku usaha dapat dihubungi, mereka bisa dimintai pertanggungjawaban untuk memberikan ganti rugi. Di Indonesia, konsumen memiliki dua jalur hukum yang dapat ditempuh jika mengalami kerugian dalam transaksi perdagangan online, yaitu melalui jalur pengadilan atau jalur di luar pengadilan. Jalur di luar pengadilan dapat berupa konsultasi, negosiasi, mediasi, atau penilaian oleh para ahli, sesuai kesepakatan kedua belah pihak.

Kata kunci ; Perlindungan Hukum, Konsumen, E-Commerce

Abstract ;

The increasing practice of online trade transactions (e-commerce) in Indonesia makes it easier for people to shop for the goods and services they need. However, this also results in many violations of consumer rights, opening up opportunities for fraud by business actors or third parties regarding the security of personal data provided by online shop owners. As a result,

this has an impact on consumer protection. This research aims to understand the protection for users of online buying and selling services (e-commerce) related to the confidentiality of personal data and how shop owners resolve disputes related to consumer losses. The research method used is a normative legal method sourced from legislation and literature. The results show that consumer protection in online buying and selling transactions through e-commerce is still unclear. Protection for consumers for losses caused by the irresponsibility of e-commerce business actors in completing transactions has not been expressly regulated in the Consumer Protection Law (UUPK). In Indonesia, consumers have two legal channels that can be pursued if they suffer losses in online trading transactions, namely through the court or out-of-court channels. The out-of-court route may include consultation, negotiation, mediation, or assessment by experts, as agreed by both parties.

Keywords : *Legal Protection, Consumer, E-Commerce*

Pendahuluan

Industri teknologi informasi merupakan industri yang disukai karena perkembangan sistem transaksi elektronik dan teknologi informasi yang cepat. Teknologi informasi tidak hanya menghemat waktu dan nyaman, tetapi juga memungkinkan bisnis untuk meningkatkan pangsa pasar mereka secara global tanpa harus mengirim karyawan atau bepergian ke negara lain untuk melakukannya.

Pemanfaatan teknologi dalam perdagangan memang telah mengubah cara kita bertransaksi. Sebelumnya, pertemuan langsung antara pembeli dan penjual di pasar tradisional adalah hal yang umum. Namun, dengan hadirnya internet, transaksi bisnis dapat dilakukan secara online tanpa perlu bertatap muka secara langsung. Ini memudahkan orang untuk berbelanja dari mana saja dan kapan saja, tanpa terbatas oleh batasan geografis atau waktu. Dalam dunia bisnis, kita mengenal dua model utama: bisnis konvensional dan bisnis modern. Bisnis konvensional mengacu pada nilai dan tata cara tradisional, seperti pertemuan tatap muka dan penggunaan dokumen fisik. Sementara itu, bisnis modern lebih bersifat kontemporer, menggunakan teknologi informasi dan komunikasi untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas, seperti transaksi online dan sistem manajemen inventaris otomatis. Kedua model ini memiliki kelebihan dan

kelemahan masing-masing, dan penting untuk memahami perbedaan serta kemungkinan integrasi teknologi dalam strategi bisnis.¹

Setiap model bisnis mempunyai metode, permasalahan, akibat hukum dan solusi yang berbeda-beda. Salah satu hasil dari perkembangan teknologi informasi adalah jual beli melalui media elektronik yang disebut kontrak jual beli elektronik. Berdasarkan sumber hukum Indonesia, perjanjian jual beli harus memuat beberapa klausul tekstual, yaitu berupa dokumen atau kontrak yang tertulis, jelas dan nyata, atau berupa dokumen otentik atau dokumen privat.

Masing-masing model bisnis memiliki cara, permasalahan, konsekuensi yuridis, dan solusi yang berbeda. Salah satu hasil perkembangan teknologi informasi adalah jual beli yang dilakukan melalui media elektronik dan dikenal dengan kontrak jual beli secara elektronik. Berdasarkan sumber hukum di Indonesia, suatu kontrak jual beli harus memiliki beberapa klausula-klausula yang tekstual, yaitu berbentuk akta atau kontrak secara tertulis, jelas, dan nyata, baik berupa akta otentik maupun akta dibawah tangan.

Memahami pentingnya peran teknologi dalam transformasi bisnis adalah langkah awal yang krusial. Dengan memanfaatkan internet, bisnis modern telah mempercepat dan menyederhanakan banyak aspek transaksi, termasuk kontrak jual beli. Namun, ada tantangan hukum yang perlu diatasi karena sistem hukum yang ada belum sepenuhnya mempertimbangkan implikasi dari penggunaan internet dalam bisnis. Adopsi teknologi tinggi seperti internet telah menciptakan lingkungan bisnis yang lebih transparan dan terhubung secara global. Ini telah memungkinkan munculnya model transaksi bisnis yang inovatif dan kreatif, sesuai dengan kemajuan teknologi.

Contohnya adalah *blockchain*, yang memungkinkan transaksi tanpa perantara dan meningkatkan keamanan serta transparansi. Namun, seiring dengan kemajuan ini, tantangan baru muncul, terutama dalam hal regulasi dan perlindungan hukum. Penggunaan teknologi tinggi memerlukan kebijakan yang sesuai untuk mengatur masalah seperti perlindungan data, keamanan transaksi, dan penegakan hukum dalam lingkungan digital. Dengan memahami peran teknologi dan tantangan yang terkait, kita dapat merancang sistem hukum dan kebijakan yang memfasilitasi

¹ Yudha Sri Wulandari, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli E-Commerce," *Ajudikasi: Jurnal Ilmu Hukum* 2, No. 2 (31 Desember 2018): 199–210, <https://doi.org/10.30656/Ajudikasi.V2i2.687>.

pertumbuhan dan inovasi bisnis, sambil tetap melindungi kepentingan semua pihak yang terlibat.²

E-commerce memang memiliki ciri khasnya sendiri yang mengubah lanskap perdagangan secara signifikan. Salah satu fitur utamanya adalah kemampuannya untuk mengatasi batasan jarak dan waktu dalam bertransaksi. Dengan e-commerce, tidak ada keharusan bagi pihak yang terlibat dalam transaksi untuk bertemu langsung atau melakukan transaksi secara tatap muka. Ini memungkinkan transaksi perdagangan yang lebih efisien dan fleksibel.

E-commerce dapat dibagi menjadi dua bagian utama: perdagangan antara pelaku usaha dan perdagangan antara pelaku usaha dengan pembeli atau konsumen. Baik dalam maupun, media internet menjadi tulang punggung yang memfasilitasi proses transaksi. Semakin banyaknya perusahaan yang mengandalkan internet sebagai platform utama untuk bertransaksi menunjukkan betapa pentingnya peran teknologi dalam dunia perdagangan modern. Tidak mengherankan bahwa banyak masyarakat yang beralih ke sistem pembayaran online. Hal ini memberikan keleluasaan kepada konsumen untuk memilih produk atau jasa yang mereka inginkan dengan lebih mudah, serta memberikan akses kepada mereka untuk produk dengan kualitas dan kuantitas yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Namun, seperti halnya dengan setiap perkembangan teknologi, ada juga tantangan dan risiko yang harus dihadapi, seperti keamanan transaksi online dan perlindungan konsumen. Oleh karena itu, sementara e-commerce memberikan banyak manfaat, penting untuk memastikan bahwa ada regulasi yang memadai dan perlindungan konsumen yang cukup untuk mengatasi risiko yang mungkin timbul.³

E-commerce memberikan kemudahan yang signifikan bagi konsumen. Mereka tidak lagi harus keluar rumah untuk berbelanja, memiliki akses ke berbagai macam barang dan jasa dari berbagai penjual, dan seringkali dapat menemukan harga yang lebih murah secara relatif. Namun, seperti yang Anda sebutkan, ada dua sisi dari koin ini. Dari satu sisi, e-commerce memberikan

² M. Arsyad Sanusi, "Transaksi Bisnis Dalam Electronic Commerce (E-Commerce): Studi Tentang Permasalahan Hukum Dan Solusinya," *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum* 8, No. 16 (16 Oktober 2001): 10–29, <https://doi.org/10.20885/Iustum.Vol8.Iss16.Art2>.

³ Alexandra Exelsia Saragih Dan Muhammad Fadhil Bagaskara, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E- Commerce" 2 (2023).

kebebasan kepada konsumen untuk memilih produk sesuai dengan preferensi dan kebutuhan mereka. Mereka dapat dengan mudah membandingkan harga dan kualitas produk dari berbagai penjual, serta menemukan produk yang paling sesuai dengan keinginan mereka. Namun, di sisi lain, adopsi e-commerce juga membawa risiko, terutama dalam hal ketidaksetaraan kekuatan antara penjual dan pembeli. Dalam beberapa kasus, penjual memiliki lebih banyak kekuatan dan informasi daripada konsumen, yang dapat mengarah pada praktik-praktik yang merugikan konsumen, seperti harga yang tidak adil, kualitas produk yang rendah, atau bahkan penipuan. Untuk mengatasi sisi negatif ini, penting bagi pemerintah dan badan pengatur untuk mengimplementasikan regulasi yang memadai dan perlindungan konsumen yang kuat. Ini termasuk kebijakan yang mengatur praktik harga dan promosi yang adil, perlindungan terhadap privasi dan keamanan data, serta penegakan hukum terhadap penipuan dan praktik bisnis yang merugikan. Dengan demikian, sementara e-commerce memberikan banyak manfaat bagi konsumen, penting untuk memastikan bahwa ada sistem yang memadai untuk melindungi kepentingan dan hak-hak konsumen dalam lingkungan perdagangan digital.

Alasan berkembangnya perdagangan elektronik di Indonesia adalah semakin majunya Internet. Sebagai konsumen, kita perlu lebih berhati-hati dalam membeli produk. Dalam melakukan transaksi perdagangan online, harus ada kesepakatan antara pihak-pihak yang terlibat. Kontrak diatur dalam hukum perdata dan e-commerce merupakan media transaksi online modern dengan media pembayaran menggunakan teknologi internet. Karena transaksi dan dokumen elektronik sudah diakui, maka pelaksanaan transaksi tersebut memerlukan dasar hukum. perlindungan hukum terhadap konsumen merupakan aspek yang sangat penting dalam konteks e-commerce. Hal ini mencakup serangkaian hak dan perlindungan yang diberikan kepada konsumen untuk memastikan bahwa mereka tidak menjadi korban dari praktik-praktik yang merugikan dalam transaksi online⁴. Dengan berkembangnya e-commerce dan kemampuan untuk melakukan transaksi melalui jejaring sosial, risiko penipuan dan pelanggaran hak konsumen juga meningkat.

⁴ Herlina Basri, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Melakukan Transaksi E-Commerce Ditinjau Dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 (Studi Kasus Kerudungbyramana Bandung)," *Pamulang Law Review* 2, No. 2 (6 Juni 2020): 131, <https://doi.org/10.32493/Palrev.V2i2.5433>.

Perlindungan hukum sangat penting dalam mengatasi masalah ini dan memberikan kepastian hukum kepada konsumen.

Tujuan dari perlindungan konsumen adalah untuk menjamin keamanan dan kesejahteraan konsumen dalam transaksi perdagangan. Hal ini mencakup melindungi konsumen dari praktik penipuan, penjualan barang palsu atau berkualitas rendah, pelanggaran privasi dan keamanan data, serta memberikan mekanisme penyelesaian sengketa yang efektif. Dengan adanya perlindungan hukum yang kuat, konsumen dapat merasa lebih percaya diri dalam berbelanja secara online dan berpartisipasi dalam ekosistem e-commerce tanpa takut menjadi korban penipuan atau praktik bisnis yang merugikan. Ini juga membantu menciptakan lingkungan bisnis yang lebih adil dan berkelanjutan. Oleh karena itu, penting bagi pemerintah dan badan pengatur untuk terus meningkatkan regulasi dan penegakan hukum dalam perlindungan konsumen, serta untuk memberikan edukasi kepada konsumen tentang hak-hak mereka dalam transaksi e-commerce. Dengan demikian, kita dapat menciptakan lingkungan perdagangan yang aman, adil, dan berdaya saing bagi semua pihak yang terlibat⁵.

Biasanya dalam praktek terdapat permasalahan misalnya penjual meminta kepada pembeli untuk mentransfer setengah pembayaran diawal dan barang dijanjikan akan dikirim lebih awal, akan tetapi dihari berikutnya dengan alasan masalah administrasi mereka meminta pelunasan pada pembeli. Setelah pembeli melakukan pelunasan, pihak penjual menghilang dan langsung tidak mengaktifkan nomor telepon yang digunakan untuk berkomunikasi dengan pembeli. Permasalahan lain yang sering dijumpai yaitu seringkali kualitas barang yang dipesan tidak sama dengan yang dijanjikan oleh pelaku usaha diawal waktu pengiriman barang juga kerap tidak sesuai dengan waktu yang disepakati⁶. Sehingga penulis akan membahas mengenai perlindungan konsumen akibat menghilangnya pelaku usaha dari tanggung jawabnya sehingga menimbulkan kerugian bagi konsumen.

Rumusan Masalah

Pokok yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

⁵ Parida Angriani, "Perlindungan Hukum Terhadap Data Pribadi Dalam Transaksi E-Commerce: Perspektif Hukum Islam Dan Hukum Positif" 19 (2021).

⁶ "Pradnyaswari And Westra - 2020 - Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Trans.Pdf," T.T.

1. Bagaimana Perlindungan Hukum Bagi Konsumen dan Tanggung Jawabnya Apabila Terjadi Wanprestasi Dalam Transaksi Jual Beli Online ?
2. Bagaimana upaya hukum yang dapat ditempuh oleh yang menderita kerugian akibat pelaku usaha E-Commerce melepas tanggung jawab secara sepihak?

Tujuan Penlisan

Tujuan dari penulisan karya ilmiah ini adalah untuk memahami perlindungan hukum bagi konsumen yang menggunakan jasa transaksi online jika terjadi pelanggaran terkait hilangnya tanggung jawab penjual setelah pembeli mentransfer setengah dari biaya transaksi. Selain itu, karya ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi upaya hukum yang dapat diambil oleh konsumen yang dirugikan akibat pelepasan tanggung jawab sepihak oleh pelaku E-commerce.

Metode Penelitian

Penelitian ini tergolong dalam penelitian hukum normatif, yang berarti penelitian ini mengumpulkan bahan dari berbagai sumber peraturan perundang-undangan dan literatur tertulis. Penelitian ini memanfaatkan data sekunder, termasuk peraturan perundang-undangan, peraturan pemerintah, dan teori hukum. Analisis yang digunakan dalam penelitian normatif ini bersifat kualitatif, dimana data dijelaskan melalui kata-kata atau pernyataan, bukan melalui angka-angka.

Hasil dan Pembahasan

Tanggung Jawabnya Apabila Terjadi Wanprestasi Dalam Transaksi Jual Beli Online

Perlindungan hukum bagi rakyat dalam konteks e-commerce mencakup dua aspek penting: perlindungan preventif dan perlindungan represif. Perlindungan preventif memungkinkan rakyat untuk mengajukan keberatan atau pendapat sebelum keputusan pemerintah atau lembaga lainnya menjadi final atau definitif. Ini bisa berarti adanya mekanisme yang memungkinkan konsumen untuk memberikan umpan balik atau keluhan terhadap penjual sebelum transaksi selesai atau keputusan akhir dibuat. Regulasi yang membatasi atau mengatur praktik bisnis tertentu juga dapat dianggap sebagai bentuk perlindungan preventif untuk mencegah penyalahgunaan atau

penipuan. Di sisi lain, perlindungan represif melibatkan tindakan penegakan hukum yang diambil setelah suatu pelanggaran hukum terjadi.

Dalam e-commerce, ini berarti adanya proses penegakan hukum terhadap penjual yang melakukan penipuan atau pelanggaran kontrak terhadap konsumen. Sanksi hukum seperti pembatalan transaksi, denda, atau tindakan hukum lainnya dapat diberlakukan terhadap pelaku usaha yang melanggar ketentuan hukum yang berlaku. Kedua bentuk perlindungan hukum ini sangat penting untuk menciptakan lingkungan e-commerce yang aman, adil, dan terpercaya bagi semua pihak yang terlibat. Dengan adanya perlindungan hukum yang efektif, diharapkan konsumen dapat merasa lebih percaya diri dalam bertransaksi online dan ekonomi digital dapat tumbuh secara berkelanjutan. Perlindungan Hukum Represif merupakan bagian dari upaya perlindungan hukum yang lebih ditujukan pada penyelesaian sengketa. Ini berarti bahwa ketika terjadi pelanggaran atau konflik, tindakan hukum akan diambil untuk menyelesaikan⁷ masalah tersebut. Dalam konteks e-commerce, ini bisa mencakup penegakan hukum terhadap penjual yang melakukan penipuan atau pelanggaran kontrak terhadap konsumen, serta proses penyelesaian sengketa antara konsumen dan penjual.

Secara konseptual, perlindungan hukum yang diberikan kepada rakyat Indonesia merupakan implementasi dari prinsip pengakuan dan perlindungan terhadap harkat dan martabat manusia yang bersumber pada Pancasila, serta prinsip Negara Hukum yang berdasarkan Pancasila. Artinya, setiap tindakan hukum yang diambil haruslah menghormati dan melindungi martabat manusia serta didasarkan pada nilai-nilai Pancasila sebagai dasar negara. Pengertian hukum perlindungan konsumen mengacu pada keseluruhan asas-asas atau kaidah-kaidah dalam mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk (barang/jasa). Ini termasuk hak-hak konsumen, tanggung jawab produsen atau penjual, serta mekanisme penyelesaian sengketa yang adil dan efektif.

Dengan demikian, perlindungan hukum bagi konsumen dalam konteks e-commerce merupakan bagian integral dari upaya menciptakan lingkungan perdagangan yang adil, aman, dan terpercaya bagi semua pihak yang terlibat. Melalui implementasi prinsip-prinsip Pancasila dan prinsip

⁷ Zaenal Arifin Dan Muhammad Iqbal, "Perlindungan Hukum Terhadap Merek Yang Terdaftar," T.T.

Negara Hukum, diharapkan perlindungan hukum yang diberikan dapat memenuhi kebutuhan dan hak-hak konsumen secara menyeluruh.

Menurut Pasal 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, perlindungan konsumen berbunyi :

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang atau jasa;
3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak – haknya sebagai konsumen;
4. Menciptakan 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 bertanggung jawab dalam berusaha. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen⁸.

Perlindungan hukum terhadap Konsumen dapat dilakukan pada saat sebelum terjadinya transaksi (*no conflict/pre purchase*) dan/atau pada saat setelah terjadinya transaksi (*conflict/post purchase*)

Perlindungan hukum yang timbul dari hak dan kewajiban para pihak dalam melakukan transaksi, yang dimana dalam hal transaksi tersebut pihak konsumen seharusnya mengetahui bagaimana haknya sebagai konsumen. Dalam pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa hak konsumen adalah⁹:

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;

⁸ Dery Hendryan, Leonardo Ganiarta, Dan Gustina Aryani, “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli-Online (E-Commerce),” *Viva Themis Jurnal Ilmu Hukum* 6, No. 1 (29 Januari 2024): 83–96, <https://doi.org/10.24967/Vt.V6i1.2766>.

⁹ Saragih Dan Bagaskara, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E- Commerce.”

2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan¹⁰;
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, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
6. Hak untuk mendapat 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.

Hak dan kewajiban konsumen telah diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yang juga melarang tindakan yang dimaksudkan untuk merugikan konsumen. Undang-Undang Perlindungan Konsumen telah mengatur hak dan kewajiban produsen dan konsumen, namun tidak dapat diterapkan dalam transaksi *e-commerce*, sehingga perlindungan hak-hak konsumen dalam transaksi ini tidak terjamin. Perkembangan kerangka hukum yang ada saat ini belum dapat mengimbangi kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang digunakan dalam produksi barang dan jasa.

Upaya Hukum Yang Dapat Dilakukan Dalam Transaksi E-Commerce

Konsumen dan penjual memiliki berbagai pilihan hukum untuk melindungi hak dan kepentingan mereka dalam transaksi *e-commerce*. Pertama, pelanggan dapat dengan cermat meninjau syarat dan ketentuan yang ditetapkan oleh platform *e-commerce*, bersama dengan kebijakan privasi dan keamanan data platform. Selanjutnya, jika terjadi perselisihan, pembeli dan penjual dapat mencoba untuk menyelesaikannya melalui proses penyelesaian sengketa platform atau dengan

¹⁰ Alfina Maharani Dan Adnand Darya Dzikra, "Fungsi Perlindungan Konsumen Dan Peran Lembaga Perlindungan Konsumen Di Indonesia : Perlindungan, Konsumen Dan Pelaku Usaha (Literature Review)," *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* 2, No. 6 (11 Juli 2021): 659–66, <https://doi.org/10.31933/Jemsi.V2i6.607>.

menggunakan mediator pihak ketiga. Jika penyelesaian damai tidak memungkinkan, mereka memiliki opsi untuk menuntut ke pengadilan untuk mendapatkan keputusan¹¹.

Perlindungan konsumen sangat penting dalam transaksi e-commerce, karena pelanggan dapat berkonsultasi dengan undang-undang perlindungan konsumen setempat di wilayah pembeli atau penjual. Pelanggan memiliki opsi untuk melaporkan pelanggaran hak-hak mereka kepada badan pengawas yang sesuai. Selain itu, jika terjadi perselisihan atau tindakan hukum lainnya, sangat penting bagi kedua belah pihak untuk menyimpan dokumentasi semua transaksi, termasuk faktur, email yang mengonfirmasi transaksi, dan bukti pembayaran. Terakhir, jika ada keraguan atau persyaratan untuk penasihat hukum, pembeli dan penjual dapat mendiskusikan masalah ini dengan pengacara yang berspesialisasi dalam e-commerce dan menerima panduan yang sesuai yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka¹².

Kemudian dari pada itu Upaya hukum juga dapat dilakukan dalam transaksi E-commerce untuk dapat memberi perlindungan bagi pembeli atau konsumen. Apabila suatu ketika terjadi sengketa antara penjual dan konsumen maka para pihak dapat menggunakan upaya hukum. Dalam UUPK Pasal 45 ayat (2) menyatakan “bahwa penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa”.

Dalam UUPK pasal 4 salah satu hak dari konsumen ialah “mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa secara patut. Selain itu, salah satu kewajiban pelaku usaha adalah memberikan kompensasi, ganti rugi dan/ataupenggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan”.

UUPK menyebutkan dalam Pasal 23 “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”. Para pihak dalam menyelesaikan sengketa gugatan perdata dalam transaksi elektronik bisa menggunakan jalur arbitrase, atau lembaga

¹¹ Acep Rohendi, “Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Perspektif Hukum Nasional Dan Internasional,” 2015.

¹² Dianne Eka Rusmawati, “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce,” *Fiat Justisia: Jurnal Ilmu Hukum* 7, No. 2 (26 Oktober 2015), <https://doi.org/10.25041/Fiatjustisia.V7no2.378>.

lainnya seperti mediasi, konsiliasi, dan negosiasi. Keamanan merupakan sebuah kepentingan didalam melaksanakan transaksi berbasis elektronik.

Ada 3 pendekatan dalam menjaga keamanan *cyberspace*, yang pertama yaitu pendekatan teknologi, pendekatan sosial budaya-etika, serta yang ketiga pendekatan hukum. Pendekatan teknologi memang mutlak dilakukan untuk mengatasi gangguan keamanan, sebab jaringan akan lebih mudah diakses dengan cara ilegal. Agar pelaku usaha memiliki kesadaran untuk tidak melakukan penipuan terhadap konsumen, maka kepastian hukum memang perlu adanya bagi para konsumen yang akan melakukan transaksi online tersebut. Pendekatan hukum serta sosial budaya-etika menjadi sangat penting sebagai pendekatan selanjutnya, karena hak-hak konsumen yang sangat penting. Jika terjadinya pelanggaran maka pendekatan hukum sebagai bentuk tersedianya hukum positif yang dapat memberikan jaminan serta menjadi landasan dalam penegakan hukum (*law enforcement*). Penyelesaian sengketa ada dua yaitu jalur litigasi (pengadilan) dan jalur nonlitigasi (tidak melalui pengadilan) penyelesaian sengketa melalui non litigasi dapat dilaksanakan dengan cara mediasi, konsolidasi atau arbitrase¹³.

Penyelesaian sengketa melalui mediasi merupakan salah satu pendekatan yang lebih menguntungkan karena memungkinkan para pihak untuk mencapai kompromi dan menemukan solusi yang memuaskan bagi semua pihak yang terlibat. Dalam mediasi, seorang mediator membantu para pihak untuk berkomunikasi dan bernegosiasi dengan tujuan mencapai kesepakatan yang dapat diterima oleh semua pihak. Salah satu keuntungan utama dari mediasi adalah fleksibilitasnya. Para pihak memiliki kendali penuh atas proses mediasi dan memiliki kebebasan untuk mengatur kesepakatan yang memenuhi kebutuhan dan kepentingan masing-masing pihak. Namun, ada juga kekurangan dari mediasi. Salah satunya adalah kesepakatan yang dicapai tidak mengikat secara hukum. Ini berarti bahwa jika salah satu pihak tidak mematuhi kesepakatan tersebut, pihak lainnya mungkin tidak memiliki mekanisme yang jelas untuk menegakkan kesepakatan tersebut. Dalam beberapa kasus, hal ini dapat menyebabkan konflik berlanjut atau memerlukan proses litigasi lebih lanjut untuk menyelesaikan sengketa¹⁴.

¹³ Ria Sintha Devi Dan Feryanti Simarsoit, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen E-Commerce Menurut Undang – Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen," *Jurnal Rectum: Tinjauan Yuridis Penanganan Tindak Pidana* 2, No. 2 (31 Juli 2020): 119, <https://doi.org/10.46930/jurnalrectum.v2i2.644>.

¹⁴ Yanci Libria Fista, Aris Machmud, Dan Suartini Suartini, "Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Ditinjau Dari Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen," *Binamulia Hukum* 12, No. 1 (29 Agustus 2023): 177–89, <https://doi.org/10.37893/jbh.v12i1.599>.

Meskipun demikian, mediasi tetap merupakan pilihan yang baik untuk penyelesaian sengketa karena memungkinkan para pihak untuk mempertahankan hubungan yang baik, menghindari biaya dan waktu yang terlibat dalam litigasi, dan mencapai solusi yang lebih memuaskan secara keseluruhan. Dengan demikian, mediasi dapat menjadi alternatif yang efektif untuk menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha dalam konteks e-commerce¹⁵. 16 Pasal 45 A ayat (1) UU Nomor 19 Tahun 2016 menyebutkan dimana para pelaku bisnis yang melanggar peraturan perundangundangan dalam bisnis *E-commerce* akan dikenakan sanksi pidana, administrasi, dan ganti rugi sehingga diharapkan akan mengurangi dan mencegah kasus penipuan seperti ini terjadi lagi.

Kesimpulan

Berdasarkan permasalahan di atas, dapat disimpulkan bahwa perlindungan konsumen terhadap kerugian akibat kelalaian pelaku e-commerce dalam melakukan transaksi diatur dengan jelas dalam Pasal 3 dan Pasal 4 Perlindungan Hak Konsumen. Apabila terdapat nomor kontak badan usaha tersebut, maka badan usaha tersebut dapat dimintai pertanggungjawaban secara hukum dan harus membayar ganti rugi. Di Indonesia, konsumen mempunyai dua jalur hukum jika mengalami kerugian dalam transaksi online, yaitu melalui pengadilan atau non-litigasi (konsultasi, negosiasi, mediasi atau penilaian ahli) berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak.

Pelaku usaha perlu bertanggung jawab dengan memberikan informasi yang jelas kepada konsumen tentang penyelesaian transaksi dan tidak menghindar dari tanggung jawab atas transaksi yang telah dibayarkan 50%. Dengan adanya registrasi usaha elektronik, pemerintah dapat mengawasi pelaku usaha secara lebih ketat.

¹⁵ Wulandari, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli E-Commerce."

DAFTAR PUSTAKA

- Angriani, Parida. “Perlindungan Hukum Terhadap Data Pribadi Dalam Transaksi E-Commerce: Perspektif Hukum Islam Dan Hukum Positif” 19 (2021).
- Arifin, Zaenal, Dan Muhammad Iqbal. “Perlindungan Hukum Terhadap Merek Yang Terdaftar,” T.T.
- Basri, Herlina. “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Melakukan Transaksi E-Commerce Ditinjau Dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 (Studi Kasus Kerudungbyramana Bandung).” *Pamulang Law Review* 2, No. 2 (6 Juni 2020): 131. <https://doi.org/10.32493/palrev.v2i2.5433>.
- Devi, Ria Sintha, Dan Feryanti Simarsoit. “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen E-Commerce Menurut Undang – Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.” *Jurnal Rectum: Tinjauan Yuridis Penanganan Tindak Pidana* 2, No. 2 (31 Juli 2020): 119. <https://doi.org/10.46930/jurnalrectum.v2i2.644>.
- Fista, Yanci Libria, Aris Machmud, Dan Suartini Suartini. “Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Ditinjau Dari Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen.” *Binamulia Hukum* 12, No. 1 (29 Agustus 2023): 177–89. <https://doi.org/10.37893/jbh.v12i1.599>.
- Hendryan, Dery, Leonardo Ganiarta, Dan Gustina Aryani. “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli-Online (E-Commerce).” *Viva Themis Jurnal Ilmu Hukum* 6, No. 1 (29 Januari 2024): 83–96. <https://doi.org/10.24967/vt.v6i1.2766>.
- Maharani, Alfina, Dan Adnand Darya Dzakra. “Fungsi Perlindungan Konsumen Dan Peran Lembaga Perlindungan Konsumen Di Indonesia : Perlindungan, Konsumen Dan Pelaku Usaha (Literature Review).” *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* 2, No. 6 (11 Juli 2021): 659–66. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i6.607>.
- “Pradnyaswari And Westra - 2020 - Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Trans.Pdf,” T.T.
- Rohendi, Acep. “Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Perspektif Hukum Nasional Dan Internasional,” 2015.
- Rusmawati, Dianne Eka. “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce.” *Fiat Justisia: Jurnal Ilmu Hukum* 7, No. 2 (26 Oktober 2015). <https://doi.org/10.25041/fiatjustisia.v7no2.378>.
- Sanusi, M. Arsyad. “Transaksi Bisnis Dalam Electronic Commerce (E-Commerce): Studi Tentang Permasalahan Hukum Dan Solusinya.” *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum* 8, No. 16 (16 Oktober 2001): 10–29. <https://doi.org/10.20885/iustum.vol8.iss16.art2>.
- Saragih, Alexandra Exelsia, Dan Muhammad Fadhil Bagaskara. “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E- Commerce” 2 (2023).
- Wulandari, Yudha Sri. “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli E-Commerce.” *Ajudikasi: Jurnal Ilmu Hukum* 2, No. 2 (31 Desember 2018): 199. <https://doi.org/10.30656/ajudikasi.v2i2.687>.

CAUSA
ISSN 3031-0369

Jurnal Hukum dan Kewarganegaraan
Vol 3 No 12 Tahun 2024
Prefix doi.org/10.3783/causa.v2i9.2461