

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN

Lisda Apriliani Sobirin^{1*}, Putri Utami Choeriyah²

^{1,2}Fakultas Hukum, Universitas Kartamulia Purwakarta, Purwakarta, Indonesia
lisda625@gmail.com^{1*}, putriutamichoeriyah@gmail.com²



Article Info	Abstract
<p>Article History</p> <p>Received: May 05, 2024</p> <p>Accepted: June 30, 2024</p> <hr/> <p>Keywords: Legal Protection, Consumers, E-Commerce.</p>	<p>Legal protection for consumers in e-commerce transactions is crucial for the development of the community's economy. E-commerce transactions are fundamentally the same as conventional transactions, with the primary difference being the medium used. When business actors and consumers enter into an agreement, both parties are bound and have rights and obligations that must be fulfilled. This writing addresses the issue of how legal protection for consumers in e-commerce transactions is reviewed from the Consumer Protection Law and the legal relationship between parties in e-commerce transactions. The method used in this research is normative juridical research. First, consumer protection is regulated in Law No. 8 of 1999 (UUPK). The objectives of the UUPK include increasing awareness, dignity, and honor of consumers, empowering consumers, and creating a consumer protection system that guarantees legal certainty and information transparency. Second, the parties involved in electronic buying and selling transactions include sellers, buyers, banks, and internet service providers. In sales contracts, the parties have different rights and obligations.</p>

Abstrak

Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi e-commerce adalah hal yang sangat penting untuk berkembangnya ekonomi masyarakat. Transaksi e-commerce pada dasarnya sama dengan transaksi secara konvensional yang membedakan adalah media yang digunakan. Ketika pelaku usaha dan konsumen melakukan sebuah perjanjian maka kedua pihak telah terikat dan memiliki kewajiban serta hak yang harus dipenuhi. Permasalahan dalam penulisan ini adalah bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi e-commerce ditinjau dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan bagaimana hubungan hukum para pihak dalam transaksi e-commerce. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan penelitian yuridis normatif. Pertama, perlindungan konsumen diatur dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 (UUPK). Tujuan dari UUPK antara lain untuk meningkatkan kesadaran, harkat dan martabat konsumen, memberdayakan konsumen, serta menciptakan sistem perlindungan konsumen yang menjamin kepastian hukum dan keterbukaan informasi. Kedua, Para pihak yang terlibat dalam transaksi jual beli secara elektronik diantaranya, penjual, pembeli, bank, dan penyedia layanan internet. Dalam kontrak penjualan, para pihak memiliki hak dan kewajiban yang berbeda.

Kata Kunci: Perlindungan hukum, Konsumen, E-Commerce

I. PENDAHULUAN

Negara Indonesia adalah negara hukum (*rechtstaat*) hal ini tertuang dalam Pasal 1 Ayat (3) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Sebagai negara hukum, Indonesia telah memiliki sistem perekonomian sendiri sesuai dengan Pasal 33 Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Kemajuan teknologi saat ini telah mengubah peradaban dunia dengan segala aktivitas manusia yang beraneka ragam, hampir semua bidang mulai dari bidang pendidikan, hukum, politik, sosial, budaya, termasuk ekonomi dan bisnis sudah teradaptasi oleh kemajuan teknologi. Dengan bantuan teknologi dan informasi, menjadikan masyarakat untuk dapat menghasilkan peluang bisnis baru dan jenis pekerjaan yang baru.

Perdagangan adalah salah satu bisnis yang paling banyak memanfaatkan kemudahan internet sebagai alat untuk menjalankan operasinya. Hal ini karena bagaimana internet meningkatkan produktivitas dan efisiensi. Dengan kemajuan teknologi internet, perdagangan elektronik (*e-commerce*) dapat berkembang lebih cepat dan menyesuaikan diri. Konsep ini memungkinkan transaksi bisnis yang tidak konvensional di mana barang tidak dibeli atau diserahkan secara tunai antara penjual dan pembeli. Dengan kata lain, konsep perdagangan mulai beralih dari yang tradisional ke yang telemarketing (Anugrah & Ichwan, 2022).

Menurut ECEG-Australia (*Electronic Commerce Expert Group-Australia*) definisi dari *E-Commerce* meliputi transaksi perdagangan melalui media elektronik. Dalam arti ini, tidak hanya media internet yang dimaksud, tetapi juga meliputi semua transaksi perdagangan melalui media elektronik lainnya seperti *faxmile*, *telex*, dan *telephone* (Wamafma, 2023).

E-commerce terdiri dari dua bagian: *business to business e-commerce* (perdagangan antar pelaku usaha) dan *business to consumer e-commerce* (perdagangan antar pelaku usaha dengan konsumen). Dengan cepatnya konsumen menggunakan media sosial, akan ada dampak positif dan negatif terhadap arus informasi tidak hanya di Indonesia tetapi juga di negara-negara maju. Efek positif dari penggunaan media sosial adalah transaksi yang lebih cepat dan lebih efisien, yang memudahkan konsumen untuk mengakses langsung barang yang mereka beli. Efek negatif dari penggunaan *online* adalah bahwa pelanggan tidak dapat melihat barang yang sebenarnya mereka beli dan tidak dapat melihat apa yang sebenarnya mereka beli.

Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut UUPK) tidak mencantumkan perlindungan hukum terhadap barang, jasa, dan konsumennya secara rinci. Ketidakteraturan hukum membuat kedudukan konsumen tidak kuat dan seringkali dirugikan. Investasi asing telah membantu pertumbuhan ekonomi Indonesia dan hubungannya dengan ekonomi dunia sehingga perlindungan konsumen harus diperhatikan dengan lebih serius. Oleh karena itu, persaingan perdagangan internasional dapat berdampak negatif pada perlindungan konsumen.

Terdapat kesenjangan antara kenyataan dengan beberapa peraturan perundang-undangan seperti: Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 4 huruf (c), Pasal 7 huruf (b), Pasal 8 dan Pasal 28 ayat (1) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Pada kenyataannya, sering sekali terjadi barang yang dipesan atau barang yang diterima tidak sesuai, sehingga dapat menimbulkan kerugian bagi konsumen.

Platform *e-commerce* saat ini sudah sangat beragam seperti Shopee, Lazada, Tokopedia, dan lain-lain. Tetapi tidak sedikit juga kasus yang muncul berkaitan dengan pelaksanaan transaksi terutama ketidaksesuaian produk dan kurangnya keamanan pengiriman. Gambar dan penjelasan yang ditampilkan penjual sering tidak sesuai dengan kenyataan ketika pembeli menerima barang dan pengiriman produk secara *online* memerlukan keamanan yang lebih baik untuk mencegah insiden seperti pengiriman produk yang salah. Hal ini dapat menyebabkan ketidakpuasan konsumen.

Berdasarkan uraian diatas, penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut: *Pertama*, bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *e-commerce*

ditinjau dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Kedua* bagaimana hubungan hukum para pihak dalam transaksi *e-commerce*.

II. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan penelitian hukum normatif, yaitu suatu proses menemukan suatu aturan hukum, prinsip-prinsip hukum, maupun doktrin-doktrin hukum guna menjawab isu hukum yang dihadapi (Marzuki, 2007). Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan peraturan perundang-undangan, dalam hal ini yang berkaitan dengan isu perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *e-commerce*.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi *E-Commerce* Ditinjau dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen

Satjipto Rahardjo mengemukakan bahwa perlindungan hukum adalah memberikan pengayoman terhadap hak asasi manusia (HAM) yang dirugikan orang lain dan perlindungan itu diberikan kepada masyarakat agar dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum. Karena sifat sekaligus tujuan hukum menurutnya memberikan perlindungan (pengayoman) kepada masyarakat, yang harus diwujudkan dalam bentuk adanya kepastian hukum. Perlindungan hukum merupakan tindakan bagi yang bersifat preventif dan represif.

Berdasarkan pendapat tersebut disimpulkan bahwa perlindungan hukum adalah perbuatan untuk melindungi setiap orang atas perbuatan yang melanggar hukum, atau melanggar hak orang lain, yang dilakukan oleh pemerintah melalui aparaturnya dengan menggunakan cara-cara tertentu berdasarkan hukum atau peraturan perundang-undangan yang berlaku sebagai upaya pemenuhan hak bagi setiap warga negara, termasuk atas perbuatan sewenang-wenang yang dilakukan oleh penguasa. Dasar hukum utama untuk perlindungan konsumen di Indonesia adalah Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Pasal 3 UUPK menyebutkan tujuan dari UUPK yaitu:

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 (UU, 1999).

Selain pengaturan dalam UUPK, sebetulnya dalam tataran tertentu untuk melindungi konsumen dapat juga digunakan hukum pidana dalam hal ini KUHP. Demi kebutuhan perlindungan terhadap konsumen terutama konsumen yang melakukan transaksi bisnis dengan menggunakan teknologi elektronik (*e-commerce*), maka urgensi untuk membuat legislasi yang mengatur mengenai hal tersebut sudah sangat tinggi (Wamafma, 2023). Berdasarkan ketentuan Pasal 4 UUPK tersebut, dalam hubungannya dengan konsumen pengguna transaksi *E-commerce* yang dilanggar oleh pelaku usaha atau produsen adalah sebagai berikut:

1. Pasal 4 huruf b, menjelaskan bahwa konsumen memiliki hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang-barang dan/atau jasa tersebut sesuai

dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan. Berdasarkan pasal tersebut, produsen atau pelaku usaha harus menyediakan produk sesuai dengan nilai tukar, kondisi, dan jaminan yang dijanjikan kepada konsumen yang melakukan transaksi *e-commerce*.

2. Pasal 4 huruf c, menentukan bahwa konsumen berhak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Pelaku usaha atau produsen dalam transaksi *e-commerce* sebaiknya memberikan keterangan secara jelas mengenai kondisi barang atau spesifikasi barang dan keterangan-keterangan lain yang berkaitan dengan barang yang dijual atau diperdagangkannya. Hal ini penting dilakukan supaya konsumen mengetahui secara jelas kondisi dari barang yang diperdagangkan untuk akhirnya dapat memutuskan apakah membeli atau tidak barang tersebut berdasarkan keterangan-keterangan yang tersedia.

UUPK, selain mengatur hak-hak konsumen diatur juga kewajiban pelaku usaha sebagaimana ditentukan dalam Pasal 7 UUPK antara lain yang berkenaan dengan perlindungan hukum bagi konsumen pengguna transaksi *e-commerce*, yaitu:

1. Aspek hukum perlindungan konsumen dalam ketentuan Pasal 7 huruf b, menyebutkan bahwa pelaku usaha berkewajiban memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan. Terkait dengan hal ini pelaku usaha wajib memberikan keterangan secara jelas mengenai kondisi barang atau spesifikasi barang dan keterangan-keterangan lain yang berkaitan dengan barang yang dijual atau diperdagangkannya. Hal ini penting untuk dilakukan agar konsumen mengetahui secara jelas kondisi dari barang yang diperdagangkannya untuk akhirnya dapat memutuskan apakah membeli atau tidak barang tersebut berdasarkan keterangan yang ada.
2. Pasal 7 huruf d, menyebutkan bahwa pelaku usaha berkewajiban untuk menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan jasa yang berlaku. Berkaitan dengan konsumen pengguna transaksi *e-commerce* maka pelaku usaha wajib menjamin mutu barang dan jasa yang di produksi sesuai dengan standar mutu yang berlaku serta sesuai dengan kondisi barang yang ditawarkan.

Sebagian besar ketentuan UUPK dapat diterapkan untuk perdagangan elektronik, tetapi yang mencakup hak-hak khusus konsumen dalam transaksi secara *online* masih belum memadai untuk mengakomodasi hak-hak konsumen dalam transaksi secara *online*. Misalnya, tidak ada peraturan yang mengatur keamanan dan perlindungan data yang berkaitan dengan kerahasiaan data.

UUPK hanya berlaku untuk bisnis yang berlokasi di Indonesia, maka dari itu ia tidak memiliki ketentuan untuk mengkaji transaksi lintas negara. Selain itu juga, UUPK tidak secara eksplisit mengakui kontrak elektronik, tidak juga menjelaskan mengenai cara litigasi dan non-litigasi untuk menyelesaikan perselisihan (Wamafma, 2023).

Konsumen dari hal tersebut di atas dapat saja mengalami kerugian baik dalam jual beli langsung atau dalam transaksi secara *online (e-commerce)*, untuk melindungi posisi konsumen dalam UUPK Pasal 4 dan 5 mengatur mengenai hak dan kewajiban konsumen. Dalam memenuhi hak konsumen sebagaimana termuat dalam Pasal 4 UUPK, maka dalam setiap melakukan suatu bisnis harus dengan etika yang baik dan memegang prinsip saling menguntungkan baik antara produsen maupun konsumen, sehingga hal tersebut menjadi alasan konsumen untuk mendapatkan perlindungan hukum dalam setiap transaksi yang dilakukan melalui *e-commerce*.

Hubungan Hukum Para Pihak dalam Transaksi E-Commerce

Pada transaksi jual beli secara elektronik, sebetulnya sama seperti halnya transaksi di dunia nyata, para pihak yang terkait berinteraksi satu sama lain melalui internet, tetapi tidak bertemu secara langsung. Pihak-pihak yang terkait dalam transaksi jual beli secara elektronik atau *online* diantaranya:

1. Penjual atau *merchant* sebagai pelaku usaha;
2. Pembeli atau konsumen;
3. Bank sebagai pihak perantara dana dari pembeli atau konsumen kepada penjual atau pelaku usaha;
4. Provider sebagai penyedia jasa layanan akses internet.

Pada penjualan, kontrak dan kesepakatan terbatas pada hal-hal yang berhubungan dengan penjualan barang-barang pada masa kini dan masa yang akan datang, dan kontrak penjualan meliputi sebuah transaksi penjualan pada saat ini serta kontrak penjualan pada masa yang akan datang. Kontrak jual beli para pihak yang terkait di dalamnya mempunyai hak dan kewajiban yang berbeda.

Hak pembeli dalam suatu proses jual beli pada umumnya, terbagi menjadi 2 (dua) macam, yaitu pemindahan hak atas barang tertentu. Hak atas barang tertentu berpindah tergantung dari keinginan para pihak berdasarkan suatu perjanjian yang dibuat, dan untuk menentukan maksud dari para pihak tersebut, memperhatikan dalam suatu syarat-syarat perjanjian (Khalis et al., 2023).

Hak yang diberikan kepada konsumen, harus disamakan dengan kewajiban yang diberikan kepada konsumen, agar konsumen tidak sewenang-wenang dalam melakukan tindakannya. Oleh karena itu, hak-hak tersebut harus dibatasi. Kewajiban konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 5 UUPK, salah satunya membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan jasa. Kewajiban konsumen untuk membaca atau mengikuti petunjuk dalam menggunakan barang dan jasa terkadang dilalaikan oleh konsumen, biasanya pelaku usaha telah mencantumkan petunjuk pemakaian dalam produknya. Terkait dengan pelaksanaan kontrak jual beli, adanya itikad baik merupakan hal yang harus dimiliki oleh para pihak. Legalitas atau keabsahan dari suatu kontrak atau perjanjian khususnya dalam jual beli secara *online* atau elektronik menjadi sebuah peristiwa yuridis yang relatif bagi hukum positif di Indonesia pada umumnya. Hal ini perlu dikaji lebih lanjut terhadap aspek hukum pembuktian pada khususnya Nainggolan, 2021).

Proses pembuktian terhadap suatu peristiwa dapat dilakukan dengan beberapa cara. Paton menyebutkan dalam bukunya "*A Text Oj Jurisprudene*" bahwa alat bukti dapat bersifat oral, *documentary*, atau materil. Alat bukti oral yang dimaksud yaitu, kata-kata yang diucapkan seseorang dalam pengadilan, dalam hal ini berarti kesaksian tentang suatu peristiwa merupakan alat bukti yang bersifat oral, sedangkan alat bukti yang bersifat *documentary* adalah alat bukti yang tertulis. Alat bukti yang bersifat materil adalah alat bukti barang fisik yang dapat dilihat selain dokumen (Handriani, 2020).

IV. KESIMPULAN

Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Tujuan dari UUPK antara lain untuk meningkatkan kesadaran, harkat dan martabat konsumen, memberdayakan konsumen, serta menciptakan sistem perlindungan konsumen yang menjamin kepastian hukum dan keterbukaan informasi. Selain itu, UUPK juga bertujuan untuk menanamkan praktik bisnis yang jujur dan bertanggung jawab. Perlindungan ini berlaku pula untuk transaksi *e-commerce*.

Para pihak yang terlibat dalam transaksi jual beli secara elektronik diantaranya, penjual, pembeli, bank, dan penyedia layanan internet. Dalam kontrak penjualan, para pihak memiliki hak dan kewajiban yang berbeda. Hak pembeli meliputi kepemilikan atas barang tertentu, yang berpindah berdasarkan ketentuan perjanjian. Hak konsumen harus diimbangi dengan kewajiban, seperti mengikuti petunjuk penggunaan produk.

REFERENSI

Anugrah, I., & Ichwan, S. (2022). Perlindungan hukum terhadap konsumen dan pelaku usaha dalam transaksi jual beli barang secara online. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2).

- Dinata, V. M., Wedi, A., & Fajarianto, O. (2024). Pengembangan Model Pembelajaran Adaptif dengan Implementasi Learning Analytics Berdasarkan Gaya Belajar VARK. *Didaktika: Jurnal Kependidikan*, 13(001 Des), 177-186.
- Fajarianto, O., Setiyowati, A. J., Fadhli, M., Adi, E. P., Prastiawan, A., Hasanah, W., ... & Ismail, A. (2024, October). Development of a Flipbook Based on a Knowledge Management System to Improve the Integrity Character of Education Personnel in Tertiary Institutions. In *2024 10th International Conference on Education and Technology (ICET)* (pp. 32-35). IEEE.
- Handriani, A. (2020). Perlindungan konsumen dalam perjanjian transaksi jual beli online. *Jurnal Hukum*, 3(2).
- Khalis, et al. (2023). Perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli online (e-commerce). *Jurnal Hukum dan Sosial Politik*, 1(3).
- Marzuki, P. M. (2007). *Penelitian hukum*. Jakarta: Kencana Prenada Group.
- Nainggolan, I. (2021). Perlindungan hukum bagi pelaku usaha e-commerce ditinjau dari hukum positif Indonesia. *Seminar Nasional Kewirausahaan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*.
- Purbo, O. W., & Wahyudi, A. (2001). *Mengenal e-commerce*. Jakarta: PT Alex Media Komputindo.
- Rahardjo, S. (2003). *Sisi-sisi lain dari hukum di Indonesia*. Jakarta: Kompas.
- Susanto, H. (2008). *Hak-hak konsumen jika dirugikan*. Jakarta: Transmedia Pustaka.
- Wamafma, F. (2023). *Perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi e-commerce*. Banyumas: Amerta Media.