

HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP BARANG YANG TIDAK SESUAI DENGAN PERNJANJIAN E-COMMERCE

Fandani Damayanti¹, Tongat²

Universitas Muhammadiyah Malang^{1,2}

fandanidamayanti@gmail.com¹, tongat@umm.ac.id²

ABSTRAK

Dengan karakteristik e-commerce seperti ini, konsumen akan menghadapi berbagai permasalahan hukum dan peraturan perlindungan hukum bagi konsumen yang berlaku saat ini belum mampu melindungi hak-hak konsumen dalam transaksi e-commerce lintas negara di Indonesia. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Metode kualitatif dengan pendekatan yuridis normatif. Bentuk perlindungan hukum konsumen disini terdapat pada Pasal 28 ayat (1) dengan melihat ketentuan Pasal 45 A ayat (1) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Konsep perlindungan hukum konsumen dalam transaksi jual beli e-commerce terdiri dari 2 konsep yaitu perlindungan hukum preventif dan represif. Perlindungan hukum preventif dilakukan dengan cara memberikan pembinaan dan pengawasan terhadap konsumen sesuai dengan bunyi Pasal 29 dan Pasal 30 UUPK.

Kata Kunci: E-commerce, Perlindungan Hukum, Transaksi Elektronik, Konsumen

ABSTRACT

With the characteristics of e-commerce like this, consumers will face various legal problems and the current legal protection regulations for consumers have not been able to protect consumer rights in cross-border e-commerce transactions in Indonesia. The research method used in this study is a qualitative method with a normative legal approach. In e-commerce transactions, there are no longer any country boundaries, so consumer protection laws in each country such as Indonesia will not be enough to help, because e-commerce operates across borders. In this regard, legal protection of consumer rights must be carried out with an international approach through legal harmonization and cooperation with law enforcement agencies. In 2008, the Indonesian government issued Law of the Republic of Indonesia Number 11 of 2008 concerning Information and Electronic Transactions. This Law on Information and Electronic Transactions regulates electronic transactions, one of which is activities regarding buying and selling on the internet media.

Keywords: E-commerce, Legal Protection, Electronic Transactions, Consumers

I. PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan zaman yang telah memasuki era digital, membuat manusia tidak dapat menghindari dari kemajuan teknologi yang semakin pesat. Wujud kemajuan teknologi di sini lebih terlihat pada kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang berdampak pada perubahan sosial. Teknologi informasi dinilai telah membawa perubahan bagi masyarakat, menciptakan berbagai jenis dan peluang tentang suatu bisnis serta memunculkan berbagai jenis pekerjaan/karier baru dalam pekerjaan manusia. Internet dalam kegiatan bisnis pada dasarnya digunakan sebagai media informasi dan juga komunikasi elektronik.¹ Dahulu kegiatan bisnis sering kali dilakukan secara Cara yang sederhana. Kegiatan bisnis melibatkan keberadaan pemilik dan konsumen yang bertemu secara langsung. Sangat disayangkan bahwa saat ini sudah mulai beralih ke bentuk digital, di mana aktivitas transaksi untuk bisnis dapat dilakukan secara online menggunakan telepon genggam yang telah terhubung dengan keberadaan jaringan internet.²

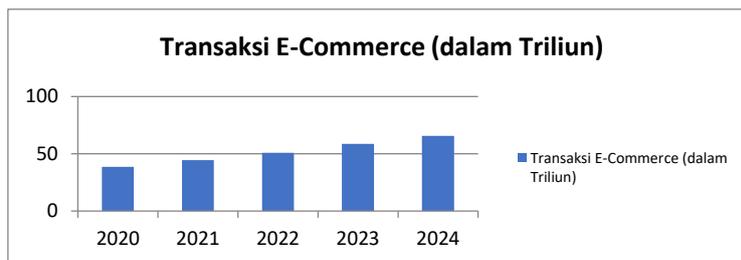
E-Commerce adalah transaksi barang dan jasa menggunakan internet atau jaringan dengan komputer lain (pertukaran barang dan jasa melalui internet atau jaringan komputer lain). *E-Commerce* adalah aktivitas pembelian dan penjualan yang dilakukan melalui Internet. Berbeda dengan membeli produk secara langsung atau offline, aktivitas belanja online tidak memberikan kesempatan kepada calon pembeli untuk leluasa memilih produk.³ *E-Commerce* menjadi semakin populer di kalangan bisnis berbasis informasi melalui internet dan toko online dan saat ini banyak diminati oleh masyarakat umum. Saat ini hampir 250 juta penduduk Indonesia, dimana sekitar 50 juta pengguna Internet terdaftar dalam database. Pasalnya dalam masyarakat modern saat ini, banyak aspek dalam setiap aktivitas kehidupan dapat dilakukan melalui teknologi Internet dan bahkan sangat bergantung pada akses Internet. Saling ketergantungan masyarakat modern di era global

¹ Wulandari, Yudha Sri. "Perlindungan Hukum bagi Konsumen terhadap Transaksi Jual Beli E-Commerce." *AJUDIKASI: Jurnal Ilmu Hukum* 2.2 (2018): 199-210.

² Devi, Ria Sintha, and 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* 2.2 (2020): 119-128.

³ Devi, Ria Sintha, and 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* 2.2 (2020): 119-128.

saat ini identik dengan jaringan komunikasi global.⁴ Hampir setiap aktivitas, mulai dari tidur hingga bangun tidur melibatkan akses Internet. Bermula dari kalangan mahasiswa, dosen, dosen, pakar muda, pekerja dan apalagi sekarang para pedagang, konsep perdagangan saat ini sangat berbeda dengan konsep perdagangan awal pertukaran komoditas.



Transaksi bisnis digital di Indonesia berkembang pesat. Berdasarkan data *E-Commerce*, transaksi e-commerce di Indonesia mencapai Rp25,1 triliun pada tahun 2019, meningkat menjadi Rp 13,62 triliun pada tahun 2020, dengan nilai tukar Rp13,2 triliun per dolar AS. Begitu pula dengan nilai perdagangan digital Indonesia yang terus meningkat dan diperkirakan mencapai Rp 26,93 triliun pada tahun 2024. Dengan jumlah penduduk sebanyak 250 juta jiwa, potensi pertumbuhan e-commerce di Indonesia sangat besar. Hal ini disebabkan oleh semakin populernya Internet, semakin terjangkaunya koneksi Internet, dan antusiasme masyarakat dalam menggunakan Internet dalam kehidupan sehari-hari. Perkembangan e-commerce juga didasarkan pada penyediaan banyak produk dan layanan online yang kreatif, menarik, sederhana dan efektif. Untuk mencapai hal tersebut, pemerintah telah menerbitkan peta jalan yang memberikan panduan dan arahan bagi sektor perdagangan digital.⁵

Saat ini tidak terbayangkan aktivitas komersial manusia bisa dilakukan melalui dunia maya. Dengan adanya *E-Commerce* tidak lagi memerlukan pertemuan antara penjual dan pembeli. Segala transaksi dari awal hingga akhir dapat dilakukan dari mana saja, sehingga tidak memerlukan biaya perjalanan dan akomodasi. Hal ini mengurangi biaya dan membuat harga jual lebih kompetitif. Hampir semua produk kini dapat diperdagangkan melalui Internet. Gunakan kesepakatan melalui perusahaan yang

⁴ Devi, Ria Sintha, and 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 2.2* (2020): 119-128.

⁵ Lusa, Sofian, Onno W. Purbo, and Tutik Lestari. *Peran e-Commerce dalam Mendukung Ekonomi Digital Indonesia*. Penerbit Andi, 2024.

menyediakan layanan distribusi dan mencakup semua produk individual, seperti *E-Commerce*. Secara fisik dapat diibaratkan seperti gedung pusat perbelanjaan.

Timbulnya masalah yang dialami oleh konsumen saat melakukan pembelian melalui *E-Commerce* semakin meningkat. Banyaknya complain yang diajukan oleh konsumen membuat penjual sedikit banyaknya mengabaikan konsumen yang melakukan complain terhadap produk yang dikirim oleh penjual. Ketidakpedulian penjual akibat kesalahan yang dilakukan memberikan kerugian terhadap konsumen, dimana konsumen merasa tidak dipedulikan sebagai salah satu pelanggan yang seharusnya mendapatkan pelayanan yang layak sebagai konsumen. Maka dengan ini pentingnya perlindungan konsumen saat melakukan pembelian produk melalui *E-Commerce*.⁶

Berdasarkan perlindungan konsumen berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 pasal 1 ayat (1) atau UUPK, sebagai berikut: "Perlindungan konsumen adalah pemberian kepastian peraturan perundang-undangan yang bertujuan untuk melindungi konsumen diciptakan untuk tujuan tersebut."⁷ Selama proses Dalam transaksi elektronik, dua pihak berinteraksi: penjual jasa atau barang dan konsumen jasa atau barang mempunyai hak yang diatur dalam pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen tahun 1999, yaitu hak untuk merasa nyaman, memilih barang dan /atau jasa dan untuk menerima barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan Nilainya, ketentuan dan jaminannya atau layanan yang digunakan; Mengadvokasi, melindungi dan membantu secara wajar dalam menyelesaikan sengketa perlindungan konsumen.⁸

Kegagalan salah satu pihak dalam kontrak terjadi jika syarat-syarat yang ditentukan dalam kontrak tidak terpenuhi. Selain wanprestasi, kerugian sekunder juga terjadi apabila perbuatan melawan hukum berupa cacat suatu barang atau jasa, mengakibatkan kerugian bagi konsumen (akibat rusaknya barang atau jasa). atau menghancurkan) dalam hubungan kontraktual. Kerusakan atau musnahnya produk karena adanya cacat pada produk itu

⁶ Fista, Yanci Libria, Aris Machmud, and Suartini Suartini. "Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-commerce Ditinjau dari Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen." *Binamulia Hukum* 12.1 (2023): 177-189.

⁷ Soemarwi, Vera Wheny Setijawati, and Yudith Ridzka. "Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Peredaran Kosmetik Palsu Berdasarkan Uu Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Peraturan Bpom Nomor 23 Tahun 2019." *JURNAL RECTUM: Tinjauan Yuridis Penanganan Tindak Pidana* 5.1 (2023): 995-1010.

⁸ Nababan, Roida, Martono Anggusti, and Sonya Lorensa Sirait. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Mengalami Kerugian Akibat Pengiriman Barang Oleh Perusahaan Ekspedisi Laut Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen." *Nommensen Journal Of Legal Opinion* (2021): 12-23.

sendiri atau pada produk. Dalam melakukan kegiatan komersial, baik pelaku ekonomi maupun konsumen harus memperhatikan kegiatan komersial yang kompetitif dan bertanggung jawab.

Melalui permasalahan yang dialami oleh masyarakat selaku konsumen hukum perlindungan konsumen serta Undang-Undang Traksaksi Elektronik tidak memberikan suatu perlindungan hukum bagi masyarakat yang memadai, dimana dapat dinyatakan bahwa pelaku usaha tidak bertanggung jawab atas segala pelanggaran yang dilakukan pelaku usaha pada saat proses terjadinya jual beli melalui platform *E-Commerce*, Penjual tidak hanya memberikan informasi yang menyesatkan tentang produk yang dijualnya, tetapi juga gagal menanggapi keluhan konsumen dan gagal memberikan kompensasi dalam bentuk pengembalian uang atau penggantian. Hal ini jelas melanggar ketentuan Pasal 8 ayat (1) huruf F 11 UU Tahun 1999 yang melarang badan usaha memproduksi dan mempertukarkan barang dan jasa yang tidak sesuai dengan perjanjian. Lebih lanjut, "Pasal 8(1) (A-J) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur: Badan ekonomi dilarang memproduksi dan memproduksi barang dan/atau jasa yang tidak memenuhi yang dipersyaratkan dalam perdagangan, tidak memenuhi str dimensi dan dimensi, tidak sesuai dengan kondisi, kualitas, garansi dan tidak memuat informasi untuk penggunaan dalam bahasa Indonesia sebagaimana diwajibkan secara hukum."⁹

Dari sisi perlindungan konsumen, kepastian hukum yang melindungi konsumen melalui peningkatan pelayanan dan pembeli yang jujur dan bertanggung jawab terkait dengan perlindungan konsumen. Dalam hal ini pembeli berperan sebagai konsumen yang mempunyai banyak hak perlindungan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 ayat (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 dan berhak membeli suatu barang atau jasa dengan nilai tukar. Nilai menentukan daya beli. Pilih kebutuhan dan jaminan jaminan. Dengan melihat artikel ini, konsumen berhak mengetahui kondisi sebenarnya dari produk yang ingin dibeli dan produk mana yang bebas dari cacat tersembunyi.

Penyelesaian kasus yang kurang optimal dan hak-hak konsumen seringkali diabaikan. Kebanyakan kasus masih belum terselesaikan karena konsumen tidak ingin

⁹ Yanti, Komang Ayu Trisna, and Kadek Julia Mahadewi. "Perlindungan Konsumen bagi Barang Kadaluarsa yang Beredar di E-Commerce Dalam Pasal Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999." *Jurnal Kewarganegaraan* 7.1 (2023): 650-661.

menjadikannya sebuah masalah. Selain itu, langkah penyelesaian masalah mungkin terkesan rumit seperti mengajukan keluhan konsumen namun penjual tidak segera merespons. Banyak konsumen yang tidak sadar akan hak dan perlindungannya sehingga ketika timbul permasalahan mereka harus menerima kerugian. Kenyamanan dalam pembelian barang, penerimaan barang sesuai dengan nilai konversi yang benar serta syarat dan jaminan yang berkomitmen, penerimaan informasi yang akurat, jelas dan jujur mengenai status dan garansi barang serta hak untuk mendengar pendapat konsumen terhadap barang. atau diserahkan dengan benar dan dengan itikad baik dan barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan kontrak atau sesuai yang diharapkan, diberi kompensasi, kompensasi dan/atau penggantian, apalagi konsumen tidak menerima apa pun.

Didasari dengan kurangnya pendidikan dan pelatihan konsumen, tidak ada perwakilan perlindungan konsumen yang memadai dan konsumen tidak yakin mengenai pilihan hukum apa yang tersedia untuk mengatasi masalah ini. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan dua peraturan hukum yang menjadi landasan hukum penelitian ini Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Berdasarkan uraian diatas, maka perlu dilakukan pembahasan lebih dalam yang akan dilakukan oleh peneliti, dimana dalam penelitian ini memilih judul penelitian “Hukum Perlindungan Konsumen Terhadap Barang Yang Tidak Sesuai Dengan Pernjanjian *E-Commerce* .”

II. METODE PENELITIAN

Penulis dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian yuridis normatif yang mengacu pada norma hukum yang terdapat dalam peraturan perundang-undangan serta norma yang berkembang dan hidup dalam masyarakat dengan menggunakan sumber hukum primer dan sekunder. Penelitian ini bersifat deskriptif analitis yaitu mengungkap peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan teori hukum yang menjadi objek penelitian, serta hukum dalam pelaksanaannya di masyarakat yang bersangkutan yang menjadi objek penelitian untuk mengkaji permasalahan yang akan diteliti, penulis menggunakan pendekatan perundang-undangan (*statutory approach*) dengan menggunakan sumber hukum primer dari berbagai peraturan perundang-undangan yang berlaku yang berkaitan dengan perlindungan hukum konsumen dan sumber hukum sekunder dari berbagai penelitian dan artikel yang ada.

III. PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Salah satu hasil perkembangan teknologi informasi adalah transaksi jual beli yang dilakukan melalui media elektronik dengan jaringan internet atau dikenal juga dengan istilah e-commerce. Electronic Commerce (e-commerce) merupakan proses jual beli, pertukaran produk, jasa, dan informasi melalui jaringan komputer. Media e-commerce melibatkan penggunaan internet, world wide web, dan aplikasi pada telepon pintar. Karakter industri komunikasi yang meliputi jaringan internet memungkinkan pelaku usaha untuk bertransaksi dengan siapa saja dan di mana saja.

Penerapan e-commerce di Indonesia berkembang dengan pesat, banyak yang menggunakannya mulai dari anak-anak, remaja, dewasa hingga orang tua yang melakukan aktivitas belanja daring di toko daring (marketplace). Secara umum, ada tujuh tempat yang dijadikan tempat berjualan daring, yaitu forum jual beli, jejaring sosial, blog, messenger dan saat ini banyak bermunculan marketplace seperti shopee, tokopedia, lazada, dan lain-lain. Namun, dengan pesatnya perkembangan teknologi saat ini, banyak pelaku bisnis daring yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk promosi, dan salah satu media sosial yang saat ini banyak digunakan adalah Instagram. Data tercatat hingga Juli 2021, pengguna Instagram di Indonesia mencapai 91,77 juta pengguna dengan persentase terbesar sebesar 36,4% merupakan pengguna berusia 18-24 tahun.

Banyak pengguna internet memilih untuk melakukan belanja online untuk melakukan transaksi e-commerce karena banyak yang menilai e-commerce sebagai media komunikasi pemasaran yang efektif. Sebagian besar transaksi e-commerce yang dilakukan melalui tiktokshop saat ini dilaksanakan dengan menggunakan sistem pre-order. Banyak pengguna tiktokshop yang memanfaatkan media ini untuk melakukan transaksi jual beli karena dengan media tiktokshop dapat saling berkomunikasi tanya jawab antara penjual dan pembeli terkait ketersediaan barang, dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja, serta dengan sekali unggah dapat langsung terhubung ke beberapa media sosial lainnya sehingga pemasaran dapat lebih luas dengan cepat. Namun tiktokshop juga memiliki beberapa kekurangan seperti belum adanya lembaga yang menjamin keabsahan toko online ini, serta keberadaan konsumen yang tidak tervisualisasi dengan jelas. Akan tetapi dengan adanya kekurangan tersebut tidak mengurangi jumlah pengguna dan transaksi jual beli yang terjadi di Instagram selama dapat menguntungkan kedua belah pihak. Beberapa kasus yang sering terjadi di tahun terakhir pandemi selama

pelaksanaan transaksi ini adalah penjual yang tidak bertanggung jawab dan tidak memenuhi kewajibannya dalam memenuhi hak yang seharusnya diperoleh pembeli.

Dengan karakteristik e-commerce seperti ini, konsumen akan menghadapi berbagai permasalahan hukum dan peraturan perlindungan hukum bagi konsumen yang berlaku saat ini belum mampu melindungi hak konsumen dalam transaksi e-commerce lintas negara di Indonesia. Dalam transaksi e-commerce, tidak ada lagi batasan negara, sehingga hukum perlindungan konsumen di setiap negara seperti Indonesia tidak akan cukup membantu, karena e-commerce beroperasi secara lintas batas. Sehubungan dengan hal tersebut, perlindungan hukum terhadap hak konsumen harus dilakukan dengan pendekatan internasional melalui harmonisasi hukum dan kerja sama dengan lembaga penegak hukum. Pada tahun 2008, pemerintah Indonesia menerbitkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik ini diatur mengenai transaksi elektronik, salah satunya adalah kegiatan jual beli di media internet ini.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999 dan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Namun, undang-undang yang ada tersebut belum cukup untuk melindungi konsumen yang melakukan transaksi daring atau e-commerce. Undang-Undang Perlindungan Konsumen hanya dimaksudkan untuk mengatur transaksi di dalam wilayah Indonesia, sehingga tidak berlaku untuk transaksi di luar negeri. Ketentuan umum Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam Pasal 1 ayat (3) menyatakan bahwa Undang-Undang Perlindungan Konsumen berlaku bagi pelaku usaha yang: orang perseorangan atau perusahaan, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum, yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Kesatuan Republik Indonesia, yang melakukan berbagai macam kegiatan usaha di bidang ekonomi melalui perjanjian, baik sendiri maupun bersama-sama.

Perlindungan konsumen dipahami sebagai seperangkat peraturan dan perundang-undangan yang mengatur hak dan kewajiban yang timbul dalam memenuhi kebutuhan konsumen dan produsen, serta mengatur upaya untuk menjamin tercapainya perlindungan hukum bagi kepentingan konsumen. Hal ini bisa dilakukan secara langsung maupun online untuk semua transaksi penjualan yang semakin sering terjadi saat ini. Sekalipun transaksinya tidak dilakukan secara langsung, konsumen tetap berhak menerima barang sesuai pemberitahuan sebelumnya atau sesuai janji.

Setiap orang berhak mendapatkan perlindungan hukum oleh Negara. Negara wajib menjamin berbagai perlindungan, termasuk perlindungan konsumen. Hal ini dilakukan untuk mencegah masyarakat mengonsumsi atau menggunakan barang atau jasa yang dapat membahayakan keselamatan, kesehatan, dan lain-lain serta membuat masyarakat merasa aman dan menikmati hidup. Ketika pelanggan membeli atau mengonsumsi suatu produk, terdapat risiko cacat produk yang menimbulkan akibat negatif. Konsekuensi ini dapat mencakup kerugian fisik, kerusakan produk atau properti lainnya, dan kerugian ekonomi.

Adanya hal ini konsumen kelompok rentan dan membutuhkan perlindungan hukum menjadi faktor pendorong berkembangnya perlindungan konsumen hukum. Menjamin keselamatan dan keamanan publik merupakan bagian integral dari berfungsinya sistem peradilan dan merupakan salah satu tujuan utamanya. Arahan dan peraturan yang merupakan undang-undang perlindungan konsumen pada satu sisi bersifat administratif dan pada sisi lain melindungi kepentingan konsumen. Perlindungan konsumen adalah perlindungan hukum terhadap konsumen dari hal-hal yang dapat merugikan dirinya. Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 menyatakan: “Perlindungan konsumen adalah segala upaya untuk menjamin kepastian hukum dalam perlindungan konsumen.

Dengan kata lain, perlindungan konsumen mencakup kepastian hukum dalam perlindungan konsumen. Cakupan perlindungan konsumen sangat luas, mencakup perlindungan konsumen pada saat membeli barang dan jasa, mulai dari tahap pembelian barang dan jasa hingga akibat yang timbul dari penggunaan barang dan jasa tersebut. Menurut pengertian di atas, perlindungan konsumen adalah menjamin kepastian hukum untuk menjamin perlindungan bagi konsumen pada saat membeli suatu barang/jasa, mulai dari tahap pembelian sampai dengan akibat yang timbul dari penggunaan barang tersebut.

Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pembangunan negara bertujuan untuk mewujudkan masyarakat adil, makmur materil dan rohani dalam era demokrasi ekonomi yang berisikan Pancasila. Mendukung perkembangan dunia usaha dan memungkinkan mereka menghasilkan berbagai barang dan jasa yang kandungan teknisnya bermanfaat bagi kesejahteraan orang banyak, sekaligus memberikan kepastian atas apa yang mereka peroleh. Aspek hukum perlindungan konsumen yang berhubungan langsung dengan konsumen dalam konteks

E-Commerce mengacu pada kewajiban dan pembatasan yang dikenakan pada badan komersial. Pasal 8 sampai 17 UU Perlindungan Konsumen mengatur sejumlah kegiatan yang dilarang bagi badan usaha. Aspek ini dapat diterapkan apabila ditemukan produk dan/atau jasa yang dipertukarkan melalui E-Commerce melanggar peraturan tersebut. Isu pelarangan iklan yang menyesatkan juga relevan. Konsumen dan individu cenderung percaya bahwa produk atau jasa tertentu dalam kondisi baik, padahal kenyataannya tidak.

Pasal 19 hingga 28 UU Perlindungan Konsumen mengatur banyak aspek tanggung jawab hukum badan usaha. Faktor ini muncul ketika insan perusahaan melakukan tindakan yang merugikan pelanggan. Kerugian tersebut dapat berupa kerusakan, pencemaran, atau kedua-duanya terhadap barang atau jasa yang dipertukarkan oleh pelaku perdagangan. Meskipun batasan khusus UU Perlindungan Konsumen ini tidak memperhitungkan kemajuan teknologi informasi, namun UU Perlindungan Konsumen No. 12 Agustus 1999 merupakan badan pengatur perlindungan konsumen. di negara ini. Perjanjian yang dicapai secara internasional dapat digunakan untuk menjamin perlindungan konsumen, khususnya dalam bisnis E-Commerce. Namun, hal ini tidak dirancang untuk melindungi konsumen dalam konsumen online.

Dengan demikian, Isu-isu utama yang berkaitan dengan hak konsumen dalam transaksi e-commerce seperti privasi (identitas), keamanan (pembayaran daring/keamanan kartu kredit), akurasi (informasi), hak milik (mencegah penyadapan, duplikasi, pencurian), dan aksesibilitas (proses transaksi) tidak diatur secara efektif. Ini adalah pengingat bahwa Indonesia tidak memiliki undang-undang perlindungan data saat ini seperti negara-negara barat seperti Australia: hak tidak dapat ditegakkan jika tidak ada kerangka hukum untuk melindunginya. Wibowo dkk. mengidentifikasi hak-hak ini sebagai memainkan peran penting dalam perlindungan konsumen e-commerce.

Perlindungan hukum konsumen dalam transaksi e-commerce dapat diterapkan dengan 2 (dua) jenis peraturan, meliputi perlindungan hukum berupa peraturan perundang-undangan tertentu (undang-undang, peraturan pemerintah) yang bersifat umum dan perlindungan hukum yang berdasarkan perjanjian khusus yang dibentuk oleh para pihak, biasanya dapat berupa substansi atau isi perjanjian dari pihak konsumen dan pelaku usaha, seperti ketentuan yang membahas tentang adanya ganti rugi, jangka waktu pengajuan gugatan, penyelesaian sengketa dan sebagainya. Berdasarkan Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, transaksi e-

commerce merupakan salah satu jenis transaksi yang dapat dipertanggungjawabkan. Pernyataan persetujuan dalam pembelian barang secara online dilakukan dengan cara penerima klik menyetujui perjanjian dalam transaksi tersebut. Tindakan penerimaan ini diawali dengan tanda persetujuan terhadap syarat dan ketentuan jual beli secara elektronik atau sering disebut dengan kontrak elektronik.

Penegakan hukum dalam perlindungan konsumen juga mensyaratkan penerapan asas-asas yang dapat dijadikan landasan dalam pembentukan suatu undang-undang. Aturan mengenai penerapan asas-asas sebagaimana tercantum dalam peraturan perundang-undangan tersebut antara lain perlindungan konsumen yang berlandaskan pada manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan, dan keselamatan konsumen serta keikutsertaan hukum. Pemilik/pelaku usaha ketika melakukan transaksi terhadap suatu barang dan jasa wajib untuk tetap memberikan kebenaran dan kejelasan informasi keadaan dari suatu barang yang diperjualbelikannya. Aturan ini telah dijelaskan dalam UUPK tepatnya pada Pasal 7 huruf b yang memuat “Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberikan penjelasan tentang pemanfaatan, perbaikan, dan pemeliharaan”. Kegiatan transaksi e-commerce, dalam UUPK juga terdapat aspek perlindungan hukum konsumen mengenai perbuatan yang tidak diperbolehkan bagi pelaku usaha dan tanggung jawab yang dimiliki oleh pelaku usaha.

Pasal 8-17 UUPK telah mengatur aspek perbuatan yang tidak diperbolehkan bagi pelaku usaha. Aspek ini dapat digunakan apabila terdapat bukti suatu barang dan/atau jasa yang diperjualbelikan melanggar ketentuan. Terkait dengan hal yang sama, juga melarang adanya iklan yang dianggap menyesatkan/membodohi konsumen, seolah-olah barang dan/atau jasa yang ditawarkan dalam keadaan baik tetapi pada kenyataannya tidak. Pasal 19-28 UUPK juga telah mengatur adanya aspek tanggung jawab yang diterapkan kepada pelaku usaha, apabila barang telah diterima oleh konsumen tetapi barang tersebut berbeda dengan yang dijanjikan. Kerugian tersebut disebabkan oleh informasi yang tidak benar yang diberikan oleh pemilik/pelaku usaha dalam mempromosikan suatu produk barang/jasa.

Konsumen berhak memperoleh ganti rugi atas kerugian yang bersifat wajar sebagaimana ketentuan Pasal 4 huruf h, yaitu “Konsumen berhak memperoleh ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan

perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya”. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan telah memberikan perlindungan kepada konsumen ketika terjadi kegiatan jual beli secara elektronik atau e-commerce. Terkait hal tersebut telah dijelaskan dalam Pasal 65 yaitu “mengatur data/informasi yang diberikan oleh pelaku usaha secara online”. Di sini yang dimaksud adalah pelaku usaha dalam melakukan transaksi e-commerce adalah wajib memberikan kebenaran dan kelengkapan informasi. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, termasuk dasar hukum utama yang digunakan dalam transaksi jual beli dengan perantara media elektronik

IV. SIMPULAN

Bentuk perlindungan hukum konsumen disini terdapat pada Pasal 28 ayat (1) dengan melihat ketentuan Pasal 45 A ayat (1) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Konsep perlindungan hukum konsumen dalam transaksi jual beli e-commerce terdiri dari 2 konsep yaitu perlindungan hukum preventif dan represif. Perlindungan hukum preventif dilakukan dengan cara memberikan pembinaan dan pengawasan terhadap konsumen sesuai dengan bunyi Pasal 29 dan Pasal 30 UUPK.

Perlindungan hukum represif merupakan bentuk perlindungan yang ditujukan pada proses penyelesaian suatu sengketa. Upaya yang dapat dilakukan untuk menyelesaikan secara hukum atas adanya peristiwa wanprestasi dalam transaksi jual beli secara elektronik atau e-commerce dapat diselesaikan dengan menggunakan upaya penyelesaian jalur litigasi yaitu dengan melakukan gugatan sebagaimana yang dimaksud dalam Pasal 38-39 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 dan non litigasi yaitu penyelesaian Sejeketa melalui proses penyesuaian, negosiasi, mediasi, musyawarah dan arbitrase.

DAFTAR PUSTAKA

Ady, E. N. S., Nisrina, F. B., Ramadhani, F., & Irawan, F. (2022). Urgensi KUHD Dalam Menangani Risiko Kejahatan Siber Pada Transaksi E-Commerce: Pentingnya

- Kodifikasi Ketentuan Umum Hukum Dagang sebagai respon pemerintah terhadap perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce. *Journal of Law, Administration, and Social Science*, 2(1), 45-55.
- Agustanti, R. D., Dirkareshza, R., Taupiqqurrahman, T., Fatahaya, S., & Wardoyo, R. A. (2021). Peningkatan Pengetahuan Praktik Jual Beli Online Berdasarkan Undang-Undang Informasi Dan Transaksi Elektronik Pada Masa Pandemi COVID-19. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(5), 2824-2837.
- Bassar, A. S., Ruswandi, U., & Erihadiana, M. (2021). Pendidikan Islam: Peluang dan Tantangan di Era Global dan Multikultural. *J-PAI: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 8(1).
- Devi, R. S., & Simarsoit, F. (2020). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen E-Commerce Menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *JURNAL RECTUM: Tinjauan Yuridis Penanganan Tindak Pidana*, 2(2), 119-128.
- Fista, Y. L., Machmud, A., & Suartini, S. (2023). Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-commerce Ditinjau dari Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Binamulia Hukum*, 12(1), 177-189.
- Graef, Inge, Damian Clifford, and Peggy Valcke. "Fairness and enforcement: bridging competition, data protection, and consumer law." *International Data Privacy Law* 8.3 (2018): 200-223
- Maharani, Alfina, and 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* 2.6 (2021): 659-666
- Mazli, A. (2021). Urgensi Pembaharuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Indonesia Di Era E-Commerce. *Lex Renaissance*, 6(2), 298-312.
- Mulyandi, M. R. (2022). Pengaruh online customer review dan online customer rating terhadap minat beli pelanggan e-commerce. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 1(1), 121-125.
- Nababan, R., Anggusti, M., & Sirait, S. L. (2021). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Mengalami Kerugian Akibat Pengiriman Barang Oleh Perusahaan

- Ekspedisi Laut Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *Nommensen Journal Of Legal Opinion*, 12-23.
- Lusa, S., Purbo, O. W., & Lestari, T. (2024). *Peran e-Commerce dalam Mendukung Ekonomi Digital Indonesia*. Penerbit Andi.
- Paryadi, D. (2018). Pengawasan E Commerce Dalam Undang-Undang Perdagangan Dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Hukum & Pembangunan*, 48(3), 651-669.
- Pratomo, Adhyaksono. "Law Enforcement on Consumer Protection In Electronic Sale And Purchase Agreements." *Proceedings from the 1st International Conference on Law and Human Rights, ICLHR 2021, 14-15 April 2021, Jakarta, Indonesia*. 2021.
- Samosir, Agustinus. "Penyelesaian Sengketa Konsumen Yang Dilakukan Badan Penyelesaian Perlindungan Konsumen." *Legal Standing: Jurnal Ilmu Hukum* 2.2 (2018): 133-142
- Soemarwi, V. W. S., & Ridzkia, Y. (2023). Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Peredaran Kosmetik Palsu Berdasarkan Uu Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Peraturan Bpom Nomor 23 Tahun 2019. *JURNAL RECTUM: Tinjauan Yuridis Penanganan Tindak Pidana*, 5(1), 995-1010.
- Suhadi, Endi, and Ahmad Arif Fadilah. "Penyelesaian Ganti Rugi Akibat Wanprestasi Perjanjian Jual Beli Online Dikaitkan Dengan Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen." *Jurnal Inovasi Penelitian* 2.7 (2021): 1967-1978.
- Riswandi, D. (2019). Transaksi on-line (e-commerce): peluang dan tantangan dalam perspektif ekonomi Islam. *Jurnal Econetica*, 1(1), 1-13.
- Wulandari, Y. S. (2018). Perlindungan Hukum bagi Konsumen terhadap Transaksi Jual Beli E-Commerce. *AJUDIKASI: Jurnal Ilmu Hukum*, 2(2), 199-210.
- Yanti, K. A. T., & Mahadewi, K. J. (2023). Perlindungan Konsumen bagi Barang Kadaluarsa yang Beredar di E-Commerce Dalam Pasal Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999. *Jurnal Kewarganegaraan*, 7(1), 650-661.