



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

Novianti Lestari, Nadya Frisca Delicia, Evelyn Hartono, Jeane Neltje Selly

Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum Universitas Tarumanagara

Abstrak

Era globalisasi berkembang sangat pesat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi. Dengan adanya kemajuan teknologi, pola kehidupan masyarakat Indonesia berkembang akibat perkembangan teknologi yang kian hari meningkat. Dalam bidang teknologi informasi internet, ekonomi dunia mulai berkembang menjadi yang sering disebut dengan digital economy atau ekonomi digital. Perdagangan secara online atau e-commerce mempunyai karakternya sendiri dalam bidang perdagangan. E-commerce diartikan sebagai semua transaksi jual beli atas produk atau jasa yang memanfaatkan penggunaan media elektronik. Dengan adanya kemajuan tersebut, pemasaran produk memperoleh dampak positif karena menjadi lebih mudah, hemat biaya, dan efisiensi waktu. Namun, hal yang harus ditinjau lebih lanjut adalah kerugian yang diderita konsumen akibat dampak negatif yang disebabkan oleh e-commerce. Upaya perlindungan konsumen sendiri masih berbasis dengan landasan hukum Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Perdagangan e-commerce berbasis internet dan digital, sehingga landasan hukum juga dapat ditinjau dari Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Mengenai perdagangan, jika terjadi sengketa maka juga akan merujuk pada Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, kemudian Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

Kata Kunci: Ekonomi Digital, E-commerce, Perlindungan Konsumen, Kepastian Hukum.

PENDAHULUAN

Era globalisasi di masa sekarang yang berkembang pesat sangat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi. Dengan adanya kemajuan teknologi

berubahnya pola kehidupan masyarakat Indonesia berkembang akibat perkembangan teknologi yang kian hari meningkat. Dari berbagai aspek kehidupan berpotensi mengalami

*Correspondence Address : novianti.205200006@stu.untar.ac.id

DOI : 10.31604/jips.v10i6.2023. 2871-2878

© 2023UM-Tapsel Press

perubahan dengan adanya kemajuan pada sistem teknologi, mulai dari sosial, ekonomi, budaya dan sosial. Secara khusus dalam bidang ekonomi dan perdagangan, pengguna jejaring internet mulai digunakan dalam sarana perdagangan secara online dengan adanya kemajuan dalam sistem teknologi. Penggunaan jejaring internet juga mulai marak digunakan dalam sarana berbisnis karena kontribusinya sangat efisien dan mudah untuk digunakan. Information Technology (IT) telah menciptakan peluang baru dalam segi pekerjaan manusia. Dalam bidang teknologi informasi internet adalah ekonomi dunia memasuki babak baru yang lebih populer dengan istilah digital economic atau ekonomi digital. Keberadaannya ekonomi digital ini ditandai dengan semakin maraknya kegiatan perekonomian yang memanfaatkan internet sebagai media komunikasi untuk menghasilkan laba. Perdagangan misalnya, semakin banyak mengandalkan perdagangan elektronik atau electronic commerce (e-commerce) sebagai media transaksi (Indrajit, 2001). Perdagangan berkaitan dengan teknologi ini menciptakan suatu penemuan baru pada suatu perdagangan konvensional dimana terdapat interaksi secara langsung antara konsumen dan penjual. Perdagangan yang dilakukan melalui internet atau yang umumnya dikenal sebagai e-commerce memiliki karakteristik tersendiri dalam lingkup dunia perdagangan. Hal ini menimbulkan adanya teknik perdagangan baru yang lebih efisien yang dimana penjual maupun pembeli yang terlibat dapat melakukan transaksi secara tidak langsung. E-commerce memiliki dua subyek hukum yaitu pelaku usaha dan konsumen. Dengan adanya suatu kegiatan transaksi jual beli yang dilakukan melalui media digital maka terdapat pula tuntutan terhadap keberadaan koneksi internet. Oleh karena itu, media internet pada saat ini

menjadi media utama yang digunakan dalam bertransaksi oleh para pengusaha dagang. Pihak penjual maupun pembeli yang terlibat bertemu secara langsung dan pihak yang terlibat tidak diharuskan untuk melakukan transaksi secara langsung (Berata & Widiatedja, 2016). E-commerce sendiri mempunyai dua subyek hukum bagian yaitu pelaku usaha dan konsumen (Ustadiyanto, 2001). Kegiatan transaksi jual dan beli melalui digital ini semakin dituntut untuk terkoneksi dengan media internet. Seperti halnya, semakin banyaknya usaha dagang yang mengandalkan internet sebagai media utama dalam sebuah transaksi. E-commerce memiliki definisi tersendiri yaitu segala transaksi perdagangan yang dilakukan melalui media elektronik. Perkembangan e-commerce yang cukup pesat, tentu saja memiliki dampak dari adanya e-commerce tersebut Internet sebagai salah satu bentuk daripada pesatnya perkembangan teknologi bagi masyarakat yang dimana telah merubah pola pikir masyarakat menjadi lebih selektif dalam memilih produk. Demikian sama halnya bagi penjual, dimana perkembangan teknologi memberikan dampak yang cukup signifikan yaitu memudahkan penjual untuk menawarkan produknya melalui media internet serta mengurangi biaya yang tidak diperlukan. Namun disisi dampak positif yang ada terdapat pula dampak negatif yang ditimbulkan dan menyebabkan kerugian bagi masyarakat sebagai konsumen. Kerugian tersebut seperti ketidaksesuaian antara barang yang dipesan dengan barang yang sudah ditawarkan melalui media internet, dimana hal tersebut mencederai kesepakatan yang terjadi antara penjual dan pembeli. Eksistensi e-commerce juga membawa perubahan yang cukup signifikan pada sebuah bisnis, dimana sekarang terdapat inovasi bisnis yaitu bentuk model-model interaksi yang terjadi antara penjual dan pembeli

dilakukan melalui internet. Sistem perdagangan yang digunakan dalam e-commerce dirancang untuk menandatangani secara elektronik. Penandatanganan secara elektronik ini dilakukan pada saat pembelian, pemeriksaan hingga pengiriman. Penyebab faktor berkembangnya transaksi elektronik di Indonesia dikarenakan adanya pertumbuhan internet yang semakin maju. Sebagai konsumen kita seharusnya lebih teliti dan jeli dalam membeli suatu produk. Terdapat suatu perjanjian antara pihak yang terlibat dalam pelaksanaan transaksi perdagangan online. Perjanjian yang telah diatur di dalam KUHPdata, sedangkan e-commerce merupakan media transaksi online terbaru dengan media transaksi pembayarannya menggunakan teknologi internet atau secara digital (Endipradja, 2016). Pelaksanaan transaksi tersebut seharusnya mempunyai basis legalnya sebab terhadap suatu transaksi dan dokumen elektronik sudah ada pengakuan.

Perlindungan hukum merupakan perlindungan untuk kepentingan manusia yang dilindungi oleh hukum atau perlindungan hak pengguna transaksi e-commerce. Dalam hal ini, perlindungan hukum terhadap konsumen bisa diartikan sebagai perlindungan terhadap hak-hak konsumen pengguna transaksi e-commerce (Astuti & Wirasila, 2013). Perlindungan Konsumen sendiri masih berbasis dengan landasan hukum Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, perdagangan ini berbasis secara internet dan digital, maka landasan hukum juga dapat ditinjau melalui Undang-Undang Nomor Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Mengenai perdagangan, jika terjadi sengketa maka juga akan merujuk pada Undang-Undang

Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, kemudian Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang juga menjadi landasan ketika terjadi sengketa. Perkembangan pesat yang terjadi di era digital pada saat ini menimbulkan adanya berbagai dampak salah satunya yaitu banyaknya e-commerce yang bermunculan sebagai platform atau wadah untuk melakukan transaksi jual beli yang dimana hal tersebut digunakan oleh pelaku cybercrime untuk melakukan berbagai modus kejahatan demi memperoleh keuntungan pribadi. Oleh karena itu, dengan adanya upaya perlindungan hukum merupakan salah satu upaya preventif untuk melindungi konsumen dari maraknya modus kejahatan. Berbagai hal negatif yang dapat terjadi akibat konsumsi produk baik barang maupun jasa harus disingkirkan dari perdagangan sebab itulah tujuan dari adanya perlindungan konsumen (Wedari & Westra, 2017). Biasanya dalam sebuah praktik terdapat permasalahan misalnya penjual meminta kepada pembeli untuk mentransfer setengah pembayaran diawal dan barang dijanjikan akan dikirim lebih awal, akan tetapi di hari berikutnya dengan alasan masalah administrasi mereka meminta pelunasan dari pembeli (Setyo, 2012). Demikian salah satu contoh kasus diatas, maka banyak keraguan dari masyarakat untuk membeli secara daring, maka dari itu dengan adanya artikel ini ingin meninjau lebih lanjut terkait dengan adanya upaya perlindungan hukum kepada konsumen serta memberikan kepastian hukum terhadap konsumen, kemudian melindungi konsumen untuk mendapatkan hak dan kewajiban yang sesuai dengan perjanjian transaksi jual beli dan kegiatan usaha transaksi jual beli tersebut juga menggunakan landasan undang-undang sebagai acuan

dasar kegiatan antara penjual dan pembeli yang semestinya.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam artikel ini adalah metode penelitian normatif. Penulis menggunakan jenis data berupa data sekunder, yang terdiri dari peraturan-peraturan yang bersifat nasional serta internasional. Selain itu, penulis menggunakan artikel-artikel dan buku-buku yang berkaitan, serta kamus, internet, dan media massa. Demi kelengkapan penelitian dalam artikel ini, penulis juga akan menggunakan data primer. Akan tetapi, data primer yang digunakan hanyalah sebatas mendukung data-data sekunder yang digunakan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah pengumpulan data sekunder yang berfokus pada bahan hukum (Matheus, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Upaya Perlindungan Hukum Kontrak Elektronik Dalam Hubungan Hukum Perlindungan Konsumen Ditinjau Berdasarkan Undang - Undang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Peraturan Pemerintah Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik Dalam Transaksi Jual Beli Online (E-Commerce)

Transaksi elektronik serupa dengan transaksi konvensional yang pada umumnya digunakan. Akan tetapi, transaksi elektronik memungkinkan para pihak untuk membuat perjanjian secara elektronik dalam bentuk suatu kontrak elektronik. Dalam pembuatan suatu kontrak elektronik, terdapat unsur-unsur yang harus dipenuhi agar kontrak tersebut dianggap sah. Pada dasarnya, kontrak elektronik sama dengan kontrak tertulis, sehingga syarat sahnya suatu kontrak elektronik juga dapat dilihat dalam Pasal 1320 KUHP, yaitu: 1) Kesepakatan pihak-pihak yang

bersangkutan; 2) Kecakapan pihak-pihak yang bersangkutan; 3) Adanya suatu hal tertentu; dan 4) Adanya suatu sebab yang tidak terlarang. Berdasarkan UU ITE dan PP PSTE, transaksi yang dilakukan secara online merupakan suatu transaksi elektronik yang dianggap sah. Dalam hal membeli produk secara online, konsumen melakukan tindakan mengklik yang merupakan bentuk pernyataan menerima dan setuju untuk mengikatkan diri dalam transaksi elektronik tersebut. Lalu, suatu kontrak elektronik yang telah memenuhi syarat sahnya suatu kontrak mempunyai akibat hukum dan kekuatan hukum yang setara dengan suatu kontrak tertulis. Dalam pembuatannya, pihak yang bersangkutan perlu merujuk kepada Pasal 47 ayat (3) PP PSTE, yang mengatur bahwa kontrak elektronik sekurang-kurangnya wajib memuat: 1) Identitas pihak-pihak yang bersangkutan; 2) Objek dan rinciannya; 3) Syarat-syarat; 4) Biaya dan harga; 5) Prosedur apabila terjadi pembatalan; 6) Ketentuan yang menjamin hak untuk melakukan penukaran produk dan/atau pengembalian produk apabila ada pihak yang mengalami kerugian; dan 7) Pilihan hukum untuk menyelesaikan transaksi tersebut. Ketentuan tersebut di atas bertujuan untuk memastikan adanya perlindungan hukum bagi konsumen dengan memastikan bahwa hak dan kewajiban masing-masing pihak, serta ketentuan-ketentuan penting lainnya telah diatur, sehingga meminimalisir adanya ketentuan yang seharusnya termuat namun sengaja ditiadakan demi keuntungan pelaku usaha. Bentuk perlindungan hukum dalam suatu kontrak elektronik diatur oleh UU ITE dalam Pasal 28 ayat (1) UU ITE yang memuat terkait tindakan yang dilarang, yaitu bahwa setiap orang dilarang untuk menyebarkan hoax yang menyesatkan sehingga menyebabkan kerugian pada konsumen dalam halnya terjadi suatu

transaksi elektronik. Ketentuan ini adalah suatu bentuk kepastian hukum dan jaminan untuk perlindungan konsumen. Apabila pelaku usaha menipu atau berbohong kepada konsumen sehingga menyebabkan kerugian, maka konsumen dapat mengajukan gugatan terhadap pelaku usaha ataupun membawa perkara tersebut ke ranah pidana. Terlebih lagi, Pasal 48 ayat (1) PP PSTE menyatakan bahwa pelaku usaha yang menjual produk secara online wajib memberikan informasi terkait produk, produsen serta syarat-syarat kontrak secara benar dan lengkap. Lalu, Pasal 48 ayat (2) PP PSTE menyatakan bahwa pelaku usaha harus menyediakan penjelasan informasi terkait iklan maupun kontrak yang ditawarkan. Dalam suatu transaksi elektronik, konsumen mengikatkan diri dalam suatu kontrak elektronik atau melakukan pembelian berdasarkan informasi yang telah disediakan oleh pelaku usaha, sehingga kelengkapan, kebenaran, serta kejelasan informasi yang diberikan tersebut merupakan faktor yang sangat krusial dalam meminimalisir kemungkinan adanya kerugian bagi konsumen. Maka dari itu, kedua ketentuan tersebut di atas bertujuan untuk memastikan bahwa pelaku usaha menyediakan informasi-informasi yang benar, lengkap, dan jelas, sehingga adanya perlindungan hukum untuk konsumen. Namun demikian, tidak dapat dipungkiri bahwa terdapat juga kemungkinan konsumen menerima suatu produk yang tidak sesuai dengan yang awalnya dijanjikan oleh pelaku usaha. Oleh sebab itu, Pasal 48 ayat (3) PP PSTE memberikan perlindungan hukum lebih lanjut kepada konsumen dengan menetapkan bahwa pelaku usaha harus memberikan konsumen batas waktu untuk melakukan pengembalian produk jika ditemukan adanya cacat yang tersembunyi atau produk tidak sesuai dengan yang telah dijanjikan. Dengan demikian, konsumen dapat

mengajukan laporan dan pengembalian atas produk yang diterimanya dalam batas waktu yang telah ditentukan jika produk tersebut tidak sesuai atau berbeda dengan yang telah dijanjikan oleh pelaku usaha. Di sisi lain, konsumen juga mempunyai pilihan untuk menggugat pelaku usaha secara perdata dengan dasar terjadinya wanprestasi. R. Subekti mengartikan wanprestasi sebagai kealpaan atau kelalaian yang terbagi menjadi 4 macam, yakni: 1) Tidak memenuhi janjinya; 2) Melaksanakan janjinya namun terlambat; 3) Melakukan janjinya, namun tidak sesuai dengan yang sebagaimana dijanjikan; 4) Melakukan tindakan yang tidak boleh dilakukan berdasarkan perjanjian. Dalam hal produk yang konsumen terima tidaklah sesuai dengan yang awalnya diperjanjikan, maka pelaku usaha tersebut dapat dinyatakan telah melakukan ingkar janji atau wanprestasi dengan melakukan hal yang telah dijanjikan, namun tidak sesuai dengan yang sebagaimana telah dijanjikannya, sehingga konsumen juga dapat mengajukan gugatan wanprestasi terhadap pelaku usaha.

2. Mekanisme Upaya Penyelesaian Sengketa yang Terjadi dalam Transaksi Jual Beli Online (E-Commerce)

Di dunia saat ini yang semua berhubungan dengan digital, melakukan transaksi jual beli melalui internet memberikan kenyamanan, kemudahan, dan efisiensi. Hal inilah yang menjadi salah satu faktor pertumbuhan e-commerce di Indonesia berkembang secara pesat. Namun terlepas dari adanya hal positif mengenai e-commerce, tidak menutup kemungkinan timbulnya suatu kerugian terhadap pihak konsumen akibat dari transaksi jual beli yang dilakukan. Kerugian yang pada umumnya banyak dialami oleh konsumen berupa: 1) Wanprestasi Transaksi e-commerce merupakan

perjanjian jual beli yang dilakukan secara online atau melalui internet, yang dalam hal ini perjanjian yang dimaksud sebagaimana dalam KUHPperdata. Karena suatu perjanjian maka akan timbul pula apa yang dikatakan sebagai prestasi, yang pada hakikatnya merupakan suatu kewajiban bagi para pihak untuk melaksanakan apa yang ada dalam perjanjian tersebut. Dengan adanya prestasi memungkinkan untuk timbulnya suatu wanprestasi atau tidak dilaksanakannya prestasi yang sebagaimana mestinya yang dibebankan oleh kontrak kepada para pihak yang bersangkutan. Wanprestasi yang dilakukan oleh pihak penjual merupakan kerugian bagi pihak konsumen. Dalam transaksi e-commerce, pelaku usaha mempunyai kewajiban untuk menyerahkan barang yang dijual kepada konsumen. Jika pelaku usaha tidak melaksanakan kewajibannya tersebut, pelaku usaha dapat dikatakan melakukan wanprestasi. Begitu pula dengan konsumen, jika pelaku usaha sudah melaksanakan kewajibannya maka konsumen harus memberikan apa yang menjadi hak pelaku usaha. 2) Kerugian yang Timbul akibat Cyber Crimes Tidak dapat dibantah bahwa dalam melakukan transaksi jual beli melalui internet terdapat kejahatan yang biasa disebut sebagai cyber crimes yang dapat merugikan pihak yang bersangkutan. Kegiatan transaksi e-commerce yang semakin meningkat pesat memiliki celah tersendiri bagi para penjahat cyber. Berikut contoh dari cyber crimes adalah sebagai berikut: a. Melakukan penipuan yang biasanya berhubungan dengan finansial menggunakan media komputer atau media digital. b. Penyadapan terhadap perangkat digital, data pribadi, dan jaringan komunikasi. Termasuk juga pencurian informasi pribadi seseorang maupun organisasi tertentu. c. Penerobosan terhadap sistem komputer dan jaringan yang menyebabkan

gangguan pada fungsi komputer yang digunakan. d. Menyebarkan virus, worm, backdoor, trojan pada perangkat komputer sebuah organisasi yang mengakibatkan terbukanya akses-akses bagi orang-orang yang tidak berhak. Dengan semakin maraknya cyber crimes muncul suatu upaya hukum yang dapat dilakukan dalam menangani kejahatan yang terjadi akibat dari transaksi jual beli online yang dilakukan. Upaya hukum yang dimaksud merupakan keseluruhan upaya guna untuk menyelesaikan suatu permasalahan hukum yang ada. Dalam e-commerce terdapat dua macam upaya hukum, yakni: 1) Upaya Hukum Preventif Upaya hukum preventif bisa dikatakan sebagai segala upaya yang dilakukan guna mencegah terjadinya suatu keadaan yang tidak diinginkan atau secara singkatnya melakukan pencegahan sebelum timbulnya suatu cyber crimes. Dengan adanya upaya hukum preventif memberikan pencegahan, mengingat dalam menyelesaikan suatu sengketa e-commerce bisa dikatakan relatif sulit, membutuhkan waktu yang tidak cepat dan tidak jarang juga memerlukan biaya yang cukup tinggi. Salah satu cara usaha untuk mencegah terjadinya kerugian, langkah yang dapat dilakukan yaitu dengan Pembinaan Konsumen. Pembinaan konsumen terdapat dalam Pasal 29 ayat 1 UU Perlindungan Konsumen. Pembinaan konsumen memiliki maksud agar konsumen dapat dapat memahami haknya sebagai konsumen dan memaksimalkan pelaku usaha agar melakukan usahanya secara sehat. Pembinaan Konsumen yang dilakukan pemerintah diserahkan kepada menteri teknis terkait Pasal 29 ayat 2 UU Perlindungan Konsumen. Namun dalam prakteknya, peranan pemerintah dalam melaksanakan pembinaan terhadap konsumen belum bisa dikatakan maksimal, hal ini dapat dirasakan dari rendahnya konsumen yang sadar terhadap hak yang dimiliki

dan kurangnya rasa berani konsumen untuk menuntut pelaku usaha. 2) Upaya Hukum Represif Upaya hukum represif adalah upaya hukum yang dilakukan untuk melakukan penyelesaian suatu permasalahan hukum yang ada. Upaya hukum ini digunakan apabila terjadi suatu perselisihan atau sengketa antara pelaku usaha dengan konsumen. Menurut UU Perlindungan Konsumen salah satu hak konsumen adalah dibela, dilindungi dan melakukan upaya penyelesaian sengketa secara baik dan benar (Pasal 4 huruf e UU Perlindungan Konsumen). Selain daripada itu, salah satu kewajiban dari pelaku usaha adalah mengganti kerugian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan (Pasal 7 huruf f UU Perlindungan Konsumen). Upaya hukum represif harus mampu menyediakan suatu mekanisme penyelesaian sengketa yang efektif dan efisien. Selain itu, ada mekanisme lain untuk menyelesaikan sengketa e-commerce, antara lain:

- Jalur Non-litigasi

Jalur non-litigasi merupakan mekanisme penyelesaian sengketa di luar pengadilan dengan cara menggunakan mekanisme yang ada dalam masyarakat dengan cara yang berbeda - beda, seperti mediasi, arbitrase, kekeluargaan ataupun dengan penyelesaian hukum adat. Penyelesaian sengketa ini memerlukan kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/atau tindakan tertentu untuk menjamin agar kerugian yang diderita konsumen tidak terulang kembali. (Pasal 47 UU Perlindungan Konsumen). Penyelesaian sengketa secara non-litigasi memberikan win - win solution bagi para pihak yang bersengketa. Selain itu, beberapa faktor yang melatarbelakangi para pihak memilih lembaga penyelesaian sengketa alternatif untuk menyelesaikan sengketa yang timbul dalam transaksi e-commerce, yaitu: murah, cepat, aman

dan tanpa beban. Salah satu badan atau lembaga yang biasanya dapat dijadikan suatu penyelesaian sengketa antara pelaku usaha dengan konsumen adalah Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).

- Jalur Litigasi

Dasar hukum untuk melakukan tindakan hukum di pengadilan tertuang dalam Pasal 45 ayat 1 UU Perlindungan Konsumen. Dengan berlakunya prinsip hukum bahwa barangsiapa yang melakukan suatu akibat kerugian bagi orang lain, harus memikul tanggung jawab yang diperbuatnya. Dengan demikian, dalam hal ini konsumen dapat mengajukan tuntutan ganti rugi kepada pelaku usaha, penggantian kerugian menurut Pasal 19 ayat 2 UU Perlindungan Konsumen antara lain membayar kembali sejumlah uang, mengganti barang atau jasa dengan yang sejenis atau setara, menerima perawatan kesehatan, dan mendapatkan santunan sesuai ketentuan perundang undangan.

SIMPULAN

Suatu kontrak elektronik yang dianggap sah memiliki akibat hukum serta kekuatan hukum yang setara dengan kontrak tertulis pada umumnya. Untuk itu, ketentuan-ketentuan UU ITE dan PP PSTE memberikan perlindungan hukum bagi konsumen-konsumen yang terikat kontrak elektronik dalam transaksi jual beli online (e-commerce). UU ITE memberikan jaminan dan kepastian hukum untuk konsumen agar dapat mengajukan gugatan terhadap pelaku usaha ataupun menyelesaikan perkara di ranah pidana apabila pelaku usaha menipu atau membohongi konsumen sehingga konsumen mengalami kerugian. PP PSTE memastikan bahwa hak dan kewajiban masing-masing pihak, serta ketentuan esensial lainnya telah dimuat, sehingga meminimalisir itikad tidak baik dari pelaku usaha dalam pembuatan kontrak

elektronik. PP PSTE juga memastikan bahwa pelaku usaha menyediakan informasi-informasi yang benar, lengkap, dan jelas untuk konsumen, serta memberikan konsumen kesempatan untuk mengajukan pengembalian produk dalam batas waktu yang telah ditentukan jika produk tersebut tidak sesuai atau berbeda dengan yang telah dijanjikan oleh pelaku usaha. Didunia saat ini yang semua berhubungan dengan digital, melakukan transaksi jual beli melalui internet memberikan kenyamanan, kemudahan, dan efisiensi. Kerugian yang dialami konsumen dapat berupa wanprestasi dan kerugian Cyber Crime. Akibat dari adanya dampak negatif dari transaksi jual beli melalui internet yang menyebabkan adanya kerugian, timbul suatu upaya hukum. Upaya hukum merupakan keseluruhan upaya-upaya guna menyelesaikan suatu masalah hukum. Dalam e-commerce terdapat dua macam upaya hukum, yakni upaya hukum preventif dan upaya hukum represif. Upaya hukum preventif lebih menitikberatkan pada pencegahan agar tidak timbulnya suatu permasalahan ataupun kerugian bagi pihak yang bersangkutan. Sementara upaya hukum represif digunakan apabila telah terjadi sengketa antara pelaku usaha dengan konsumen. Dalam upaya hukum represif terdapat 2 mekanisme penyelesaian sengketa yang dapat dilakukan. Pertama melalui jalur non-litigasi, penyelesaian sengketa secara non-litigasi memberikan win - win solution bagi para pihak yang bersengketa. Kedua melalui jalur litigasi yang pada prinsipnya bahwa setiap orang yang melakukan suatu akibat kerugian bagi orang lain, harus memikul tanggung jawab yang diperbuatnya.

Terjadinya Kerugian. *Kertha Semaya : Journal Ilmu Hukum*, 1(10), 1-5.

Berata, B. M. B. A., & Widiatedja, I. G. N. P. (2016). Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha Terkait Wanprestasi Yang Dilakukan Konsumen Dengan Cara Hit And Run. *Kertha Semaya : Journal Ilmu Hukum*, 4(3).

Endipradja, F. T. (2016). *Hukum Perlindungan Konsumen (Filosofi Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Politik Hukum Negara Kesejahteraan)*. Setara Press.

Indrajit, R. E. (2001). *E-Commerce: Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*. PT. Elex Media Komputindo.

Matheus, J. (2021). E-Arbitration: Digitization Of Business Dispute Resolution Pada Sektor E-Commerce Dalam Menyongsong Era Industri 4.0 Di Tengah Pandemi Covid-19. *Lex Renaissance*, 6(4), 692-704.

Setyo, T. (2012). *Perkembangan E-Commerce di Indonesia*. Universitas Pasundan. <http://www.unpas.ac.id/perkembangan-e-commerce-di-indonesia>

Ustadiyanto, R. (2001). *Framework E-Commerce*. ANDI.

Wedari, S. S. A., & Westra, I. K. (2017). PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PENYALAHGUNAAN OBAT DEKSTROMETORFAN DI INDONESIA (KAJIAN UNDANG-UNDANG NOMOR. 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN). *Kertha Semaya : Journal Ilmu Hukum*, 5(1), 1-19.

Wibowo, R. F., & Herawati, R. (2021). Perlindungan Bagi Pekerja Atas Tindakan Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) Secara Sepihak. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 3(1), 109-120. <https://doi.org/10.14710/jphi.v3i1.109-120>

DAFTAR PUSTAKA

Astuti, D. A. L., & Wirasila, A. A. N. (2013). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Transaksi E-Commerce Dalam Hal