



PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM MELAKUKAN TRANSAKSI DI E-COMMERCE

Mochammad Soleh Hardiansyah, Teuku Syahrul Ansari

Prodi atau Jurusan Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Singaperbangsa Karawang

Abstrak

Penelitian ini fokus pada perlindungan hukum bagi konsumen dalam e-commerce. Melalui pendekatan yuridis normatif, penelitian ini mengevaluasi ketentuan perundang-undangan terkait, seperti UUPK, KUHPerdara, KUHPidana, dan UU ITE. Meskipun ada kerangka hukum, temuan menunjukkan bahwa beberapa konsumen tidak sepenuhnya terlindungi, terutama karena kurangnya pengawasan dan pemahaman. Evaluasi terhadap toko e-commerce menunjukkan upaya kepatuhan, tetapi hasil kuesioner mengungkapkan kurangnya pemahaman konsumen. Ditemukan bahwa beberapa pelaku usaha e-commerce melanggar UUPK, dan sebagai upaya penyelesaian, konsumen dapat mengadu ke YLKI atau melalui pengadilan. Rekomendasi melibatkan perbaikan desain situs web, peningkatan tanda tangan digital, pengawasan ketat, serta pengenalan aspek keamanan seperti asuransi dan lembaga penjaminan.

Kata Kunci: E-Commerce, Konsumen, Pengusaha Online, E-Commerce

PENDAHULUAN

Hukum Perlindungan Konsumen dalam perkembangan dewasa ini telah menjadi topik utama dalam perhatian dunia hukum, dikarenakan maraknya e-commerce yang ada dan berkembang di Indonesia, serta karena hal ini telah memberikan efek domino terhadap aturan-aturan yang akan berefek langsung terhadap kesejahteraan masyarakat. Perlindungan ini tidak hanya terbatas di berikan pada masyarakat yang menjadi Konsumen,

akan tetapi ditunjukan keseluruhan masyarakat yang terlibat dalam sebuah perdagangan seperti Pelaku Usaha, dimana masing-masing telah ditentukan hak serta kewajibannya. Peraturan ini dikontrol oleh Pemerintah sebagai pemegang wewenang untuk mengendalikan serta mengawasi sistem berdagang agar tidak melawan hukum serta dapat memberikan kesejahteraan bagi masyarakat.

Hukum perlindungan konsumen lahir di latar belakang oleh beberapa

faktor, diantaranya adanya sebuah Globalisasi dalam bidang Ekonomi yang berimbang dengan dunia perdagangan bebas. Dalam perkembangannya bagi negara yang mengalami Globalisasi ekonomi itu melewati tiga tingkatan yakni tahap pertama unifikasi, kedua yakni industrialisasi, dan yang ketiga adalah negara kesejahteraan. Di setiap tahapan memiliki tantangan, tantangan pertama adalah untuk mendapati integrasi politik nasional, tantangan kedua adalah pembangunan politik ekonomi dan juga modernisasi politik. Dan tantangan yang terakhir adalah memastikan masyarakatnya terjaga dan aman dari ancaman buruk dari negatif industrial. Semua dari tahapan itu semua dilakukan secara sistematis/konsekutif dan umumnya perlu waktu yang cukup lama.

dimaknai dengan pengguna suatu barang dan/atau jasa yang disediakan oleh Pelaku Usaha. Sedangkan Pelaku Usaha ini dimaknai dengan perorangan/badan usaha yang berbadan hukum atau tidak berbadan hukum tentunya berdiri di wilayah Nasional. Pandangan UUPK Konsumen merupakan semua orang yang menjadi pemakai barang dan/atau jasa di lingkungan masyarakat dengan berbagai kepentingan. Sedangkan untuk Pelaku Usaha merupakan setiap orang atau juga badan usaha yang mempunyai badan hukum atau tidak dengan tujuan untuk mencari keuntungan.

Sedangkan untuk Pelaku Usaha merupakan setiap orang atau juga badan usaha yang mempunyai badan hukum atau tidak dengan tujuan untuk mencari keuntungan.

Saat ini hampir sebagian besar bahkan hampir keseluruhan jenis produk dapat diperjualbelikan melalui internet. Penggunaan media internet komersial dengan beberapa Institusi, Korporasi, maupun Perusahaan besar atau kecil yang menggunakan scope penjualan/perdagangan seperti

marketplace, shopee, Lazada, Tokopedia, dan lain-lainnya. Secara fisik memang terdapat perbedaan dengan pusat perbelanjaan yang memiliki bangunan atau Gedung, jelas sangat berbeda. Bukan hanya itu, tidak sedikit juga yang memasarkan serta mengiklankan produk hasil usahanya yang di pasarkan atau di iklankan di social media seperti facebook, intagram, tweeter, dan lainnya. Seluruh biaya ditanggung penjual dan tidak lagi memerlukan biaya sewa yang lumayan besar sehingga bisa menghemat budget untuk biaya sewa. Harga yang ditawarkan pun sudah termasuk harga ongkos kirim, sehingga pembeli atau konsumen tidak perlu lagi membayar ongkos kirim barang yang dipesan karena sudah ditanggung oleh penjual.

Sayangnya karena sedang tren, masyarakat buru-buru berbelanja online karena merupakan produk yang cukup terbaharui. Hal ini disebabkan oleh faktor tidak terjadinya komunikasi langsung antara dua pihak yakni Konsumen dan Pelaku Usaha terhadap barang/produk yang akan dibeli, dan jika terjadinya suatu ketidak sesuaian saat tahapan penerimaan barang maka seorang Konsumen tidak dapat memberikan feedback/komplen terhadap hal tersebut. Sisi lemahnya, konsumen hanya akan dieksploitasi oleh Pelaku Usaha. Dan lebih buruknya Pelaku Usaha akan membuat alasan kepada Konsumen bahwa Produk yang ditransaksikan telah mendapatkan deskripsi yang detail.

Di sisi Pelaku Usaha, mereka akan selalu menggunakan keinginan dari sisi Konsumen seperti kemudahan dan harga, dengan memanfaatkan teknologi yang ada maka pihak Produsen dapat melakukan manipulasi visual agar tampilan produknya terlihat menjanjikan. Namun bagi sisi Konsumen mereka sebenarnya memiliki waktu yang tidak banyak dikarenakan adanya kesibukan lain seperti pekerjaannya sehingga pilihan untuk menggunakan

online shop adalah jalan keluarnya. Tentunya orang-orang yang menggunakan online shop bukanlah orang yang memiliki tingkat intelektual yang rendah karena mereka harus memiliki smartphone dengan jaringan yang memadai, literatur komputer yang baik, sehingga harus memiliki tingkat orientasi yang tinggi untuk menghindari pengeksploitasian yang dilakukan oleh Pelaku Usaha. Namun tetap saja pelaku usaha selalu memiliki trik untuk mengelabui dan ketika barang yang dibeli Konsumen sudah sampai dan barang tersebut tidak sesuai spesifikasi maka Konsumen kerap sekali dijebak sehingga tidak dapat mengajukan komplain dan hanya bisa menerimanya begitu saja. Adapun masalah-masalahnya antara lain :

- a. Otentikasi subyek hukum yang membuat transaksi melalui internet
- b. Saat perjanjian berlaku dan memiliki kekuatan mengikat secara hukum
- c. Obyek transaksi yang diperjualbelikan
- d. Mekanisme peralihan hak
- e. Hubungan hukum dan pertanggungjawaban para pihak yang terlibat dalam transaksi baik penjual, pembeli, maupun para pendukung seperti perbankan, internet service provider (isp), dan lain-lain
- f. Legalitas dokumen catatan elektronik serta tanda tangan digital sebagai alat bukti
- g. Mekanisme penyelesaian sengketa
- h. Pilihan hukum dan forum peradilan yang berwenang dalam penyelesaian.

Penjelasan yang telah diberikan dalam UUPK terkait kerugian yang umumnya terjadi terhadap Konsumen adalah minimnya edukasi akan

kesadarannya Konsumen itu sendiri terhadap haknya yang dilindungi hukum serta pandangan masyarakat yang luas dimana mereka telah beranggapan bahwa pasti tidak sesuai harapan jikalau menempuh jalur hukum dan hanya buang waktu saja. Hal ini juga menjadi masalah baru ditambah dengan adanya biaya yang harus dibebani oleh Konsumen. Selain itu adanya juga Perjanjian Baku yang penuh dengan jebakan karena isinya yang cukup menguatkan salah satu pihak saja serta tidak transparan tanpa adanya negosiasi..

Oleh karena kondisi tersebut, urgensi untuk pemberdayaan konsumen telah terlihat, hal ini untuk menghindari pengeksploitasian terhadap Konsumen apalagi Pelaku Usaha ingin mencari keuntungan sebesar-besarnya sehingga membuat dunia perdagangan via e-commerce tixak ramah bagi para Konsumen.

METODE PENELITIAN

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah yuridis normatif. Pendekatan yuridis adalah pendekatan yang mengacu pada hukum dan peraturan perundang-undangan. Sedangkan, pendekatan normatif adalah pendekatan yang dilakukan terhadap studi kasus yang dengan kata lain disebut sebagai penelitian hukum kepustakaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam E-commerce

Munculnya pemikiran tentang perlindungan konsumen adalah sebagai akibat lemahnya posisi konsumen disbanding dengan pelaku usaha. Indikator seseorang perlu diberikan perlindungan adalah karena faktor seseorang tersebut lemah. Bentuk perlindungan yang diberikan kepada pihak yang lemah, dalam hal ini yaitu konsumen, sebab perlindungan terhadap

konsumen adalah salah satu sifat sekaligus tujuan hukum yaitu memberikan perlindungan dan pengayoman kepada Masyarakat. Inosesntius Syamsul berpendapat bahwa hukum perlindungan konsumen adalah peraturan perundang-undangan baik undang-undang maupun perundang-undangan lainnya serta berbagai perurusan hakim yang substansinya mengatur mengenai kepentingan konsumen.

Perlindungan konsumen adalah segala Upaya yang menjamin adanya kepastian hukum guna memberikan perlindungan hukum kepada konosumen. Secara internasional, Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) melalui siding umum PBB yang ke-160 pada tanggal 9 April 1985, yang tertuang dalam Resolusi PBB 39/248 tentang Perlindungan Konsumen telah memberikan perhatian terhadap suatu hak dan kepentingan konsumen.

Populernya e-commerce di Indonesia, membuat banyaknya konsumen yang melakukan transaksi di e-commerce, namun dalam jual-beli jarak jauh ini berpotensi munculnya banyak kecurangan yang terjadi. Berbagai kecurangan di antaranya menyangkut barang yang dijual, ketidaksesuaian barang yang diterima konsumen, serta menyangkut pembayaran yang memiliki potensi konsumen di tipu dengan toko online fiktif. Hambatan lainnya adalah dalam proses pengiriman barang melalui ekspedisi, ada potensi keterlambatan pengiriman, kerusakan barang akibat ketidak hati-hatiannya pihak kurir/ekspedisi, bahkan kehilangan barang yang sedang dalam proses pengiriman.

Dipandang dari sisi pelaku usaha atau pengusaha dalam e-commerce, ini merupakan potensi atau peluang usaha yang menguntungkan dan menarik sebab penjual atau pengusaha tidak memerlukan toko fisik yang pada

dasarnya memerlukan modal yang cukup besar, dengan adanya e-commerce ini membuat pelaku usaha menekan biaya sewa toko atau lahan untuk membuka usahanya. Hanya memerlukan dan bermodalkan sarana sosial media, marketplace atau e-commerce pelaku usaha telah dapat menjalankan usahanya. Akan tetapi tidak menutup kemungkinan pelaku usaha/bisnis mempunyai toko fisik dan ikut juga membuka toko online.

Seperti penjelasm sebelumnya yang ada terkait Konsumen yang bisa saja mendapatkan kerugian dalam melakukan transaksi jual-beli tidak terbatas hanya secara langsung namun dapat dialami saat melalui e-commerce, untuk melindungi posisi konsumen dalam UUPK, terdapat Pasal 4 dan pasal 5 mengatur mengenai hak dan kewajiban konsumen. Hak konsumen yang ada dalam pasal 4 UUPK adalah :

- a. Hak untuk mendapatkan dan merasakan nyaman, aman, dan keselamatan dalam menggunakan barang/jasa.
- b. Hak bebas memilih produk dan sesuai dengan harga serta kualitasnya.
- c. Hak untuk mendapatkan Informasi yang benar terkait dengan spesifikasi produk.
- d. Hak untuk dapat menyampaikan serta didengar atas keluhannya terkait barang/jasa.
- e. Hak untuk diberikan advokasi terkait jika adanya sengketa.
- f. Hak agar dapat pembinaan serta sekaligus dengan pendidikan konsumen.
- g. Hak untuk bebas dari unsur Diskriminasi, tidak jujur, dan tidak layak dalam pelayanan.
- h. Hak mendapatkan ganti rugi
- i. Hak lainnya yang diberikan dalam perundang-undangan

Perlindungan konsumen terdapat juga dalam pasal 8 UUPK mengenai beberapa perbuatan yang tidak boleh dilakukan oleh setiap orang selaku pelaku usaha dalam kegiatan mencari keuntungannya :

- a. Tidak mengikuti standar peraturan nasional atau tidak sesuai dengan yang di deskripsikan termasuk peraturan standar, berat bersih, ukuran, kondisi jaminan, tingkatan mutu, keterangan, maupun tanggal expired.
- b. Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal sebagaimana pernyataan halal yang dicantumkan dalam label.
- c. Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang atau dibuat.
- d. Tidak mencantumkan informasi dan atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Upaya Hukum yang Dapat Dilakukan Konsumen Jika Dirugikan Dalam E-commerce

Upaya hukum bagi konsumen yang dapat ditempuh antara lain penyelesaian sengketa di pengadilan, luar pengadilan, dan juga melalui badan penyelesaian sengketa. Dalam e-commerce dapat ditempuh beberapa alternatif penyelesaian, jika memang

dirugikan oleh pelaku usaha antara lain dengan mengadakan complain kepada Perusahaan secara langsung, hal ini sering dilakukan oleh para konsumen sebab mereka merasa lebih tepat dan lebih cepat mendapatkan penyelesaian. Selain lebih cepat, melakukan complain kepada Perusahaan akan lebih cepat mendapatkan tanggapan dan penyelesaian melalui customer service ataupun pihak pembantu dari e-commerce. Selain itu dapat melalui YLKI yang akan membantu menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku bisnis. Lembaga perantara penyelesaian sengketa yang lain seperti Arbitrase, Lembaga Penyelesaian Konsumen dapat ditempuh oleh konsumen yang dirugikan. Selain itu upaya hukum dapat juga sampai gugatan secara perdata ke Pengadilan. Secara pidana juga dapat dilakukan sebagai upaya hukum konsumen yang dirugikan, pasal 378 KUHP dapat diterapkan dalam Upaya hukum ini.

Model Perlindungan Konsumen Dalam E-commerce

Semakin berkembangnya cara berfikir mengenai perkembangan teknologi informasi, telekomunikasi dan komputer dewasa ini telah mengakibatkan semakin beragam pula aneka jasa-jasa (features) fasilitas komunikasi yang ada serta semakin canggihnya produk-produk teknologi informasi yang mampu mengintegrasikan semua media informasi. Diikuti dengan banyaknya pelaku usaha online yang dapat menawarkan berbagai produknya lewat internet, dan semakin banyaknya konsumen yang menginginkan kepraktisan dalam berbelanja.

Perkembangan yang sangat cepat ini tentunya di ikuti dengan berbagai masalah yang timbul dalam melakukan transaksi lewat internet tersebut. Untuk tercapainya tujuan semua pihak yaitu hubungan yang saling

menguntungkan, tidak ada pihak yang dirugikan berikut dibahas tentang model perlindungan konsumen khususnya dalam e-commerce.

Menurut pendapat penulis dalam banyak kasus, sebuah Perusahaan e-commerce dapat bertahan lama bukan hanya mengandalkan potensi produk saja, akan tetapi bisa juga dengan adanya tim manajemen yang baik dan mampu menyelesaikan setiap permasalahan yang ada. Bukan hanya itu, factor lain juga bisa menjadi sebab Perusahaan e-commerce dapat bertahan lama yaitu proses pengiriman yang cepat sehingga memuaskan konsumen dengan tidak perlu menunggu lama barang/produknya sampai ke tangannya, juga struktur organisasi bisnis yang baik dan teratur menjadi penentu dan indicator Perusahaan bisnis e-commerce dapat bertahan lama atau tidak.

Bukan hanya dalam segi internal Perusahaan yang perlu dibenahi, penentuan harga yang kompetitif, menyediakan jasa pembelian yang cepat dan responsive, memberikan informasi produk barang dan/atau jasa yang lengkap dan jelas, memberikan banyak bonus kepada pelanggan setia, serta menerima masukan, usulan bahkan kritikan dari pelanggan, itu semua cara serta factor Perusahaan e-commerce dapat bertahan lama. Berbagai kemudahan cara pembayaran juga menjadi penentu. Terkadang banyak pelanggan yang tidak ingin membeli sesuatu di suatu toko karena tidak ada metode pembayaran yang konsumen miliki. Oleh karena itu, salah satu factor berikutnya yaitu kelengkapan metode pembayaran di toko e-commerce.

SIMPULAN

Munculnya pemikiran tentang perlindungan konsumen adalah sebagai akibat lemahnya posisi konsumen dibanding dengan pelaku usaha. Bentuk perlindungan yang diberikan kepada

pihak yang lemah, dalam hal ini yaitu konsumen, sebab perlindungan terhadap konsumen adalah salah satu sifat sekaligus tujuan hukum yaitu memberikan perlindungan dan pengayoman kepada Masyarakat. Inosentius Syamsul berpendapat bahwa hukum perlindungan konsumen adalah peraturan perundang-undangan baik undang-undang maupun perundang-undangan lainnya serta berbagai peraturan hakim yang substansinya mengatur mengenai kepentingan konsumen. Secara internasional, Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) melalui sidang umum PBB yang ke-160 pada tanggal 9 April 1985, yang tertuang dalam Resolusi PBB 39/248 tentang Perlindungan Konsumen telah memberikan perhatian terhadap suatu hak dan kepentingan konsumen. Dipandang dari sisi pelaku usaha atau pengusaha dalam e-commerce, ini merupakan potensi atau peluang usaha yang menguntungkan dan menarik sebab penjual atau pengusaha tidak memerlukan toko fisik yang pada dasarnya memerlukan modal yang cukup besar, dengan adanya e-commerce ini membuat pelaku usaha menekan biaya sewa toko atau lahan untuk membuka usahanya. Hanya memerlukan dan bermodalkan sarana sosial media, marketplace atau e-commerce pelaku usaha telah dapat menjalankan usahanya. Seperti tadi sudah dikatakan bahwa konsumen dapat saja mengalami kerugian baik dalam jual-beli langsung maupun dalam e-commerce, untuk melindungi posisi konsumen dalam UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 4 dan pasal 5 mengatur mengenai hak dan kewajiban konsumen. Upaya hukum bagi konsumen yang dapat ditempuh antara lain penyelesaian sengketa di pengadilan, luar pengadilan, dan juga melalui badan penyelesaian sengketa. Dalam e-commerce dapat ditempuh beberapa alternatif penyelesaian, jika memang dirugikan

oleh pelaku usaha antara lain dengan mengadakan complain kepada Perusahaan secara langsung, hal ini sering dilakukan oleh para konsumen sebab mereka merasa lebih tepat dan lebih cepat mendapatkan penyelesaian. Selain itu dapat melalui YLKI yang akan membantu menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku bisnis. Secara pidana juga dapat dilakukan sebagai upaya hukum konsumen yang dirugikan, pasal 378 KUHP dapat diterapkan dalam Upaya hukum ini. Diikuti dengan banyaknya pelaku usaha online yang dapat menawarkan berbagai produknya lewat internet, dan semakin banyaknya konsumen yang menginginkan kepraktisan dalam berbelanja. Untuk tercapainya tujuan semua pihak yaitu hubungan yang saling menguntungkan, tidak ada pihak yang dirugikan berikut dibahas tentang model perlindungan konsumen khususnya dalam e-commerce. Menurut pendapat penulis dalam banyak kasus, sebuah Perusahaan e-commerce dapat bertahan lama bukan hanya mengandalkan potensi produk saja, akan tetapi bisa juga dengan adanya tim manajemen yang baik dan mampu menyelesaikan setiap permasalahan yang ada. Bukan hanya itu, factor lain juga bisa menjadi sebab Perusahaan e-commerce dapat bertahan lama yaitu proses pengiriman yang cepat sehingga memuaskan konsumen dengan tidak perlu menunggu lama barang/produknya sampai ke tangannya, juga struktur organisasi bisnis yang baik dan teratur menjadi penentu dan indicator Perusahaan bisnis e-commerce dapat bertahan lama atau tidak. Bukan hanya dalam segi internal Perusahaan yang perlu dibenahi, penentuan harga yang kompetitif, menyediakan jasa pembelian yang cepat dan responsive, memberikan informasi produk barang dan/atau jasa yang lengkap dan jelas, memberikan banyak bonus kepada pelanggan setia, serta menerima masukan, usulan bahkan

kritikan dari pelanggan, itu semua cara serta factor Perusahaan e-commerce dapat bertahan lama

DAFTAR PUSTAKA

Kristiyanti, C. T. (2008). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 58 Tahun 2001 Tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen.

Pratama, D. E., & Apriani, R. (2023, Januari). Analisis Perlindungan Hukum Konsumen bagi Penonton Bola dalam Tragedi di Stadion Kanjuruhan. *Supremasi Hukum*, 19(1), 1-15. doi:<https://doi.org/10.33592/jsh.v19i1.2921>

Syamsul, I. (2004). *Perlindunganm Konsumen, Kemungkinan Penerapan Tanggungjawab Mutlak*. Jakarta: Fakultas Hukum Pascasarjana Universitas Indonesia.

Syawali, H., & Imaniyati, N. S. (2000). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Bandung: Mandar Maju.

Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen, UU No.8 Tahun 1999, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821..