

Analisis Perlindungan Hukum Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Sistem Elektronik (E-Commerce) Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999

Monica Virga Darmawan

Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Tarumanagara, Kota Jakarta Barat,
Provinsi DKI Jakarta, Indonesia
Email: darmsvir@gmail.com

Abstrak

Laju pertumbuhan teknologi berdampak pada hadirnya sistem transaksi bisnis yang inovatif dan kreatif. Pemanfaatan atas teknologi salah satunya pada transaksi jual beli melalui sistem elektronik (e-commerce) memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk berbelanja keperluan/kebutuhannya. Namun dalam praktiknya, hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha (produsen) tidak senantiasa berjalan dengan baik, seringkali kegiatan jual beli menempatkan konsumen pada pihak yang akan dirugikan. Mengingat banyak masyarakat awam yang tidak mengerti mengenai pentingnya perlindungan terhadap konsumen, khususnya dalam transaksi jual beli. Dalam hal dirugikan, konsumen dapat melakukan upaya hukum sebagai bentuk perlindungan hak-haknya sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Kata Kunci: Konsumen, Upaya Hukum, E-commerce

Abstract

The rapid growth of technology has impacted the emergence of innovative and creative business transaction systems. Utilizing technology, one of which is through electronic commerce (e-commerce) transaction, provides convenience for people to shop their needs. However, in practice, the legal relationship between consumers and business actors (producers) doesn't always proceed smoothly. Often, buying and selling activities put consumers at a disadvantage. Considering that many people don't understand the importance of consumer protection, especially in transactions, consumers can take legal action to protect their rights as regulated by Law Number 8 Of 1999 Concerning Consumer Protection.

Keywords: Consumer, Legal Action, E-commerce



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

PENDAHULUAN

Pertumbuhan teknologi informasi dan sistem transaksi mempengaruhi perekonomian global. Pemanfaatan atas teknologi ditandai hadirnya sistem transaksi bisnis yang inovatif dan kreatif dengan mengikuti kemajuan dibidang komunikasi dan informasi. Pesatnya pertumbuhan teknologi informasi berdampak pada pasar global, yaitu dengan memperluas pangsa pasar dalam skala dunia tanpa perlu datang secara langsung ke negara-negara lain untuk melakukan pemasaran produk. Hal tersebut tentu memberikan kemudahan serta efisiensi waktu dalam pekerjaan sehari-hari. Kompleksnya teknologi, menjadikan perilaku manusia (*human action*), interaksi manusia (*human interaction*), dan hubungan manusia (*human relation*) mengalami transfigurasi secara signifikan khususnya dalam sektor bisnis.

Dalam bidang ekonomi dan perdagangan, jejaring internet banyak digunakan sebagai sarana dalam berbisnis, mengingat tingkat efisiensi sangat tinggi bagi pelaku ekonomi dan perdagangan. Sebagaimana transaksi bisnis yang dilakukan oleh seorang pembeli dengan penjual tidak hanya dapat dilaksanakan secara langsung/berhadapan selayaknya dalam pasar tradisional, namun dapat melalui suatu media atau sistem elektronik. Dalam dunia bisnis terdapat dua model utama, yaitu bisnis konvensional dan bisnis modern. Bisnis konvensional

memiliki konsep dasar pelayanan penjualan hingga interaksi dengan calon pembeli, bisnis konvensional umumnya mengandalkan tampak fisik untuk segala bentuk pelayanan, Sedangkan bisnis modern bersifat kontemporer, bisnis modern melakukan pelayanan penjualan hingga interaksi melalui internet, serta mengandalkan platform online karena tidak perlu adanya tampak fisik¹.

Pada era eksponensial sebagian bisnis mengandalkan pada teknologi, salah satunya yaitu transaksi jual beli yang dilakukan melalui media atau sistem elektronik (*e-commerce*). *E-commerce* atau perniagaan teknologi merupakan bagian dari bisnis yang dilakukan dengan menggunakan *electronic transmission*. Terminologi *e-commerce* menurut Laudon diartikan sebagai suatu proses membeli dan menjual produk secara elektronik oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan dengan komputer sebagai perantara dalam transaksi bisnis². Transaksi jual beli melalui sistem elektronik tentunya dinilai lebih efektif karena pihak yang terlibat tidak diharuskan untuk bertemu dan melaksanakan transaksi secara langsung. Konsumen dengan ini tidak perlu keluar rumah untuk berbelanja, kemudian ragam jenis barang dan jasa yang tersedia juga relative lebih terjangkau. Dalam buku "E-Commerce: The cutting edge of business", Bajaj menyebutkan keuntungan yang dapat diperoleh dari perniagaan teknologi (*e-commerce*), antara lain:

1. Efisiensi waktu.
2. Meminimalisir kesalahan dalam pengetikan dan sebagainya, karena telah disediakan standar yang tidak perlu diketik ulang.
3. Penunjang efektivitas dan efisiensi suatu bisnis.

Pada umumnya, perniagaan teknologi (*e-commerce*) menjadi wadah baru bisnis yang menghubungkan antara perusahaan, konsumen, dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik dan penjualan barang, jasa, dan informasi secara elektronik. Dalam perniagaan teknologi (*e-commerce*) terdapat 6 jenis aktivitas diantaranya³:

1. *Business to Business* (B2B), merupakan transaksi antara pelaku bisnis dengan pelaku bisnis lainnya. Hal ini terjadi saat perusahaan menjual sebuah barang atau jasa kepada perusahaan lain, umumnya dilakukan dengan jumlah yang tidak sedikit.
2. *Business to Consumer* (B2C), merupakan aktivitas yang dilakukan produsen kepada konsumen secara langsung. Pada dasarnya terjadi saat perusahaan mempromosikan langsung barang atau jasa kepada konsumen.
3. *Consumer to Consumer* (C2C), merupakan aktivitas penjualan yang dilakukan individu (konsumen) kepada individu (konsumen) lainnya. Dimana seorang individu (konsumen) menjual kembali barang yang telah dibeli sebelumnya, hal ini dikenal dengan istilah *preloved* atau menjual barang *secondhand*.
4. *Consumer to Business* (C2B), merupakan kegiatan bisnis dimana individu (konsumen) menciptakan dan membentuk nilai akan proses bisnis. Setiap individu (konsumen) tentu berpeluang untuk menjual barang atau jasa kepada suatu perusahaan, terlebih individu yang memiliki kemampuan khusus dapat menawarkan jasanya kepada perusahaan.
5. *Business to Government* (B2G), merupakan transaksi antar pelaku bisnis seperti *Business to Business*, perbedaannya yaitu proses bisnis ini terjadi antara pelaku bisnis dan instansi pemerintahan.

¹ Shafa Ardesta Fitraeni. 2023. "6 Perbedaan Bisnis Konvensional dan Bisnis Digital!". <https://fkg.umsida.ac.id/6-perbedaan-bisnis-digital-dan-bisnis-konvensional/>, diakses pada 16 April 2024 pada pukul 22.48.

² Mahir Perdana. 2015. Klasifikasi Jenis-Jenis Bisnis E-Commerce di Indonesia. Jurnal Neo-bis, Vol.9, No.2. Hal. 33.

³ *Ibid.* Hal. 36.

6. *Government to Consumer* (G2C), merupakan interaksi antara pemerintah dengan masyarakat. Dalam hal ini masyarakat bertindak sebagai konsumen, yang dengan mudah menjangkau pemerintah dalam pelayanan sehari-hari.

Transaksi jual beli secara elektronik dasarnya sama dengan transaksi jual beli yang umumnya dilakukan secara langsung, yaitu dilakukan oleh pihak yang terkait melalui internet. Pihak-pihak yang terkait diantaranya Penjual sebagai pelaku usaha, Pembeli atau konsumen, Bank sebagai pihak penyalur dana dari konsumen kepada penjual, dan Provider sebagai penyalur jasa layanan akses internet. Transaksi secara elektronik (dalam *e-commerce*), jika ditinjau secara proses dan mekanisme sangat riskan dan penuh resiko. Konsumen berkewajiban untuk melakukan pembayaran namun belum melihat bentuk fisik secara nyata maupun kualitas dari barang yang dipesan, hal tersebut berpeluang terjadinya kecurangan perdata dan pidana. Berdasarkan ketentuan hukum jual beli terdapat hal yang bersifat mendasar, yaitu mengenai hak dan kewajiban para pelaku dalam melaksanakan kesepakatan jual beli (kontrak jual beli) sebagai penyokong keabsahan pembuktian dari suatu kontrak jual beli. Mengacu pada norma positif di Indonesia, suatu kontrak jual beli harus memiliki klausula yang tekstual, baik berbentuk akta atau kontrak secara tertulis, jelas dan nyata. Sehingga akan mempermudah pelaksanaan atas kontrak jual beli yang didalamnya memuat hak dan kewajiban para pelaku.

Sebagai konsumen diharuskan lebih teliti karena kemungkinan resiko yang diderita lebih besar daripada penjual. Konsumen membutuhkan perlindungan hukum, yaitu suatu perlindungan yang diberikan terhadap subjek hukum dalam bentuk perangkat hukum baik yang bersifat preventif maupun bersifat represif. Perlindungan hukum terhadap konsumen memiliki dua aspek yaitu perlindungan terhadap timbulnya kerugian bagi konsumen atas barang yang tidak sesuai dan perlindungan terhadap berlakunya syarat yang tidak adil oleh produsen kepada konsumen yang mengakibatkan penggunaan standar kontrak atau perilaku curang produsen. Berdasarkan Pasal 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengenai tujuan Perlindungan Konsumen yaitu:

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri.
2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses 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 mendapatkan informasi.
5. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha.
6. Meningkatkan kualitas barang dan atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang atau jasa kesehatan, kenyamanan, dan keselamatan konsumen."

Perlindungan hukum terhadap konsumen secara garis besar berfokus melindungi hak-hak konsumen, yang dapat dibagi menjadi 3 prinsip dasar antara lain⁴:

1. Hak untuk mencegah adanya kerugian yang diderita oleh konsumen, baik kerugian personal dan kerugian harta kekayaan.
2. Hak untuk memperoleh barang atau jasa dengan harga yang sesuai.
3. Hak untuk memperoleh penyelesaian dalam menghadapi kemungkinan permasalahan.

⁴ Ahmadi Miru. 2000. "Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia". Disertasi, Program Pascasarjana, Universitas Airlangga. Surabaya. Hal. 140.

Perlindungan hukum terhadap konsumen dimaksudkan sebagai upaya untuk menjamin suatu kepastian hukum dan melindungi konsumen dari berbagai hal negatif akibat konsumsi barang atau jasa⁵. Secara material maupun formal, perlindungan hukum terhadap konsumen sangat penting, hal ini ditandai dengan berkembangnya teknologi informasi dan sistem transaksi yang menjadi pendorong produktivitas dan efisiensi pelaku usaha (produsen) atas barang dan jasa yang dihasilkan agar mencapai target usaha. Pada situasi ekonomi global, upaya mempertahankan konsumen menjadi keinginan setiap pelaku usaha (produsen). Namun melihat semakin ketatnya persaingan usaha, hal ini menjadi peluang negatif terhadap konsumen. Rumusan Masalah: Bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli melalui sistem elektronik berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999? Bagaimana hubungan serta hak dan kewajiban Para Pihak dalam transaksi jual beli melalui sistem elektronik? Bagaimana upaya hukum yang dapat ditempuh bagi konsumen yang mengalami kerugian dalam transaksi jual beli melalui sistem elektronik?

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif (penelitian hukum normatif), yaitu dengan cara meneliti bahan-bahan kepustakaan atau data sekunder. Penelitian ini dilakukan dengan objek kajian penelitian dari berbagai data sekunder yang terdiri atas bahan-bahan yang bersumber dari peraturan perundangan, teori-teori hukum, buku-buku, pendapat ahli secara sistematis dalam mengkaji landasan dan asas pembentukan peraturan perundang-undangan. Ruang lingkup dalam penelitian ini akan dilakukan berdasarkan asas-asas hukum dari hukum positif tertulis. Penelitian ini dapat digunakan untuk menyempurnakan perancangan peraturan perundang-undangan sesuai dengan asas hukum yang baik dan benar. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif. Penelitian deskriptif memberikan penjelasan atas suatu peristiwa yang kemungkinan akan terjadi mengacu pada data-data yang diperoleh dan digunakan. Data-data sebagaimana digunakan dalam penelitian ini yaitu bersumber pada bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, bahan hukum tersier.

Bahan hukum primer adalah bahan hukum yang sifatnya utama dan bersifat otoritas⁶. Bahan hukum primer mencakup peraturan perundang-undangan, catatan resmi dalam pembuatan perundang-undangan, dan putusan-putusan hakim. Bahan hukum sekunder adalah bahan hukum yang memberikan sumbangan analisis atau memberikan penjelasan lebih banyak dibandingkan sumber hukum primer. Bahan hukum sekunder diperoleh dari sumber seperti buku, jurnal hukum, serta artikel yang berkaitan dengan pembahasan dalam penelitian ini. Bahan hukum tersier adalah bahan hukum pelengkap yang memberikan penjelasan atau keterangan tambahan terhadap penjelasan bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Bahan hukum tersier dalam penelitian ini diperoleh dari kamus hukum, Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), dan sumber lainnya. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu penelitian dokumen (studi pustaka) untuk mengumpulkan data-data yang berkaitan dengan permasalahan yang diangkat dengan cara mempelajari buku-buku, jurnal hukum, serta dokumen hukum seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Metode pengumpulan data yaitu I.R.A.C yang merupakan singkatan dari Issues, Rules, Analysis, dan Conclusion. Untuk mengurangi kerumitan atas pengumpulan data, akan digunakan metode ini agar resensi dapat ditulis dengan tertata dan kesalahan penulisan terkait pembahasan dapat diminimalkan. Metode I.R.A.C adalah proses yang dilakukan untuk menjadi dasar analisis hukum.

⁵ Wedari, Sayu Surya Ayu. 2018. Perlindungan Konsumen Terhadap Penyalahgunaan Obat Dekstrometorfan Di Indonesia. Jurnal Imu Hukum, Vol. 5, No. 1. Hal. 48.

⁶ Bambang Sunggono. Metodologi Penelitian Hukum. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2003. Hal. 66-67.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli melalui sistem elektronik berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999

Perlindungan hukum terhadap konsumen menjadi salah satu aspek penting dalam kegiatan berbisnis, dalam hal ini perlindungan hukum terhadap konsumen memberikan keamanan dan kenyamanan bagi para pihak dalam hubungan antara penyedia dan pengguna produk dalam bermasyarakat. Muchsin (2003) membagi perlindungan hukum menjadi 2 (dua) yaitu⁷:

- a. Perlindungan Hukum Preventif. Perlindungan Hukum Preventif merupakan perlindungan yang diberikan bertujuan untuk mencegah sebelum terjadinya suatu pelanggaran. Dalam peraturan perundang-undangan dimaksudkan mencegah pelanggaran serta memberikan batasan dalam melakukan suatu kewajiban.
- b. Perlindungan Hukum Represif. Perlindungan Hukum Represif merupakan perlindungan berupa sanksi seperti denda, penjara, dan hukuman tambahan yang diberikan apabila sudah terjadi pelanggaran.

Setiap warga negara berhak atas suatu perlindungan hukum yang wajib diberikan oleh negara, salah satunya ialah perlindungan hukum terhadap konsumen. Hukum perlindungan konsumen merupakan seperangkat aturan yang memuat asas dan kaidah yang bersifat mengatur serta melindungi kepentingan konsumen. Berdasarkan Pasal 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 menjelaskan bahwa "Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen". Perlindungan hukum terhadap konsumen bereksistensi dalam mengatur dan melindungi hak dan kewajiban para pihak, sebagaimana perlindungan terhadap konsumen hadir memberikan manfaat sehingga tidak ada salah satu pihak yang kedudukannya lebih tinggi dan merasa dirugikan. Pada dasarnya konsumen diartikan sebagai pengguna (akhir) dari barang/produk yang telah diserahkan oleh pelaku usaha (produsen) dan tidak untuk diperjual-belikan. Istilah konsumen berasal dari bahasa Inggris yaitu *consumer* atau Belanda yaitu *consument*, yang dalam KBBI diartikan sebagai pemakai barang hasil produksi (bahan pakaian, makanan, dan sebagainya), penerima pesan iklan, serta pemakai jasa (pelanggan dan sebagainya)⁸. Diuraikan dalam Pasal 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 mengenai pengertian konsumen yaitu setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Terdapat beberapa batasan mengenai konsumen diantaranya:

- a. Konsumen adalah setiap orang yang mendapat barang atau jasa yang digunakan untuk tujuan tertentu.
- b. Konsumen merupakan setiap individu yang mendapatkan barang atau jasa untuk digunakan bertujuan membuat barang atau jasa lain sebagai tujuan komersial.
- c. Konsumen akhir merupakan setiap individu yang mendapatkan dan menggunakan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari pribadi, keluarga, dan rumah tangga dan tanpa tujuan komersil.

Melalui sistem elektronik (e-commerce) dalam transaksi jual beli menghasilkan pesan data (data message) yang berisi perjanjian atau kesepakatan para pihak, disampaikan oleh pihak terkait kepada pihak lain (penerima) secara langsung atau dengan mediator jasa

⁷ Muchsin. 2003. *Perlindungan dan Kepastian Hukum Bagi Investor di Indonesia*.

⁸ KBBI. 2018. *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*, [Online, diakses pada 21 April 2024 pada pukul 19.37]

elektronik seperti email, internet, dan lain-lain⁹. Perlindungan terhadap konsumen mencakup 2 (dua) aspek diantaranya:

1. Perlindungan terhadap kemungkinan barang yang diserahkan kepada konsumen tidak sesuai dengan apa yang telah menjadi kesepakatan antar para pihak/
2. Perlindungan terhadap konsumen yang mendapatkan perlakuan syarat-syarat yang tidak adil.

Para pihak dalam transaksi jual beli melalui sistem elektronik berhak untuk mendapat manfaat yang tidak merugikan salah satu pihak. Salah satunya keterbukaan informasi yang menjadi tolak ukur utama guna mencapai kepercayaan dan kenyamanan konsumen. Berdasarkan Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2022 menyatakan bahwa perlindungan terhadap konsumen berlandaskan asas-asas sebagai berikut¹⁰:

1. Asas Manfaat. Para pihak berhak untuk mendapatkan manfaat dan tidak hanya salah satu pihak yang merasakan sehingga pihak lainnya kemungkinan mengalami kerugian.
2. Asas Keadilan. Para pihak bertindak secara adil dalam mendapatkan dan menjalankan hak dan kewajiban yang setara.
3. Asas Keseimbangan. Adanya keseimbangan antara hak dan kewajiban bagi para pihak yang sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999.
4. Asas Keamanan dan Keselamatan. Terciptanya jaminan hukum terhadap konsumen yang akan mendapat manfaat dari barang atau jasa yang diterima sehingga tidak berbahaya dan mengancam keselamatan.
5. Asas Kepastian Hukum. Pelimpahan kepastian hukum bagi para pihak dalam menjalankan hak dan kewajiban mengacu pada perjanjian dan kesepakatan para pihak sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

Bentuk-bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen ialah segala upaya yang dilakukan guna memenuhi hak-hak konsumen sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, perlindungan hukum terhadap konsumen diantaranya:

1. Perlindungan atas barang atau jasa yang digunakan konsumen bersifat aman dan tidak membahayakan.
2. Perlindungan atas hak dalam pemberian informasi atas barang atau jasa secara lengkap, jelas dan jujur untuk kemudian digunakan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.
3. Perlindungan atas suara konsumen, konsumen berhak untuk menyampaikan keluhan dan saran mengenai barang atau jasa yang dibelinya.
4. Perlindungan atas pemilihan suatu barang yang akan dibeli sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan.
5. Perlindungan atas bimbingan dari pihak yang berkompeten apabila mengalami permasalahan mengenai barang atau jasa yang diterima.
6. Perlindungan atas kedudukannya, konsumen berhak untuk diperlakukan secara baik, jujur, dan tidak diskriminatif.
7. Perlindungan atas ganti rugi yang dialami apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian.

Hubungan serta Hak dan Kewajiban Para Pihak dalam transaksi jual beli melalui sistem elektronik (*e-commerce*)

⁹ M. Arsyad Sanusi. 2001. Transaksi Bisnis dalam E-Commerce Tentang permasalahan Hukum dan Solusinya. Jurnal Hukum Iustum, Vol. 8, No. 16.

¹⁰ Puteri Asyifa, Melawati, Panji Adam. 2021. Pentingnya Hukum Perlindungan Konsumen dalam Jual Beli. Jurnal Manajemen dan Bisnis, Vol. 3, No. 1.

Transaksi jual beli mengakibatkan adanya suatu hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha (produsen) karena merupakan bagian dari kegiatan bisnis¹¹. Dalam perspektif hukum, transaksi dimaknakan dimana terdapat suatu perikatan atau hubungan hukum yang terjadi antar para pihak¹². Serupa dengan kegiatan jual beli pada dunia nyata, dalam transaksi melalui sistem elektronik (*e-commerce*) landasan utamanya adalah perjanjian atau kontrak. Berdasarkan Pasal 1313 KUHPdata yang dimaksud dengan perjanjian merupakan suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikat dirinya terhadap satu orang atau lebih. Suatu perjanjian atau kontrak harus memuat syarat sah perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUHPdata yaitu kesepakatan, kecakapan, suatu hal tertentu, dan suatu sebab yang halal. Perjanjian atau kontrak dalam transaksi melalui sistem elektronik (*e-commerce*) terdapat beberapa macam yaitu¹³:

1. Perjanjian atau kontrak pengembangan dan pengaturan jaringan elektronik (*website design and development contract*)
2. Perjanjian atau kontrak melalui chatting dan *video conference*.
3. Perjanjian atau kontrak pengandaan pembayaran dengan kartu kredit.
4. Kontrak melalui email.

Transaksi melalui sistem elektronik (*e-commerce*) sejatinya dilakukan dengan mempersatukan antara sistem informasi berbasis komputer dan sistem komunikasi yang didasari oleh jaringan dan jasa telekomunikasi, sehingga perjanjian atau kontrak dapat dikatakan sah tergantung pada esensi dari sistem elektronik tersebut, namun perlu diperhatikan terjaminnya komponen dalam sistem elektronik tersebut. Perjanjian atau kontrak dalam transaksi jual beli antara konsumen dan pelaku usaha (produsen) terdapat hak dan kewajiban yang berbeda. Dimana konsumen memiliki hak diantaranya untuk menentukan harga penjualan atas barang atau jasa, hak menerima pembayaran yang sesuai, hak untuk mendapatkan perlindungan hukum, dan hak lainnya sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999. Selain hak, konsumen juga memiliki kewajiban yaitu menyerahkan barang atau jasa yang sesuai dengan kesepakatan dengan baik dan benar, serta kewajiban untuk menanggung dan bertanggung jawab akibat adanya kerusakan, kecacatan, dan kerugian yang dialami konsumen. Terhadap konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 pada dasarnya hak konsumen yaitu¹⁴:

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang atau jasa.
2. Hak untuk memilih barang atau jasa serta mendapatkan barang atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.

Tidak terbatas pada haknya, konsumen juga memiliki kewajiban yang juga harus dilaksanakan, hal ini agar tidak adanya pihak yang dirugikan dalam kegiatan bisnis terkait. Terkait kewajiban konsumen diantaranya:

- a. membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan
- b. beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa

¹¹ Munir Fuady. 2001. Hukum Kontrak: Dari Sudut Pandang Hukum Bisnis, Buku Pertama. Jakarta: Citra Aditya Bakti. Hal. 34.

¹² Zakaria. Analisis Hubungan Hukum Dan Akses Dalam Transaksi Melalui Media Internet. <https://media.neliti.com/media/publications/10683-ID-analisis-hubungan-hukum-dan-akses-dalam-transaksi-melalui-media-internet.pdf> diakses pada 22 April 2024 pada pukul 20.46.

¹³ Nandang Sutrisno. 2001. Cyberlaw: Problem dan Prospek Pengaturan Aktifitas Internat. Jurnal Hukum Ius Quies Justum, Vol. 8, No. 16. Hal. 10.

¹⁴ M. Arsyad Sanusi. 2001. Transaksi Bisnis dalam E-Commerce Tentang permasalahan Hukum dan Solusinya. Jurnal Hukum Iustum, Vol. 8, No. 16. Hal. 38.

- c. membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati
- d. mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Upaya hukum yang dapat ditempuh bagi konsumen yang mengalami kerugian dalam transaksi jual beli melalui sistem elektronik

Dalam praktiknya, kerugian dalam transaksi bisnis dapat terjadi. Umumnya kerugian yang kemudian akan menjadi sengketa tersebut didasari oleh terlanggarnya hak konsumen oleh pelaku usaha (produsen). Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 ditegaskan bahwa setiap konsumen berhak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa dari pihak yang berkompeten sehingga pelaku usaha (produsen) berkewajiban memberikan hak atas kerugian yang diderita oleh konsumen. Norma hukum perlindungan konsumen menjadi alat untuk mengukur adanya pelanggaran hak-hak konsumen. Penyelesaian sengketa atas kerugian yang dialami oleh konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau diluar pengadilan berdasarkan pilihan para pihak yang bersengketa. Upaya hukum yang dapat ditempuh bagi konsumen yang mengalami kerugian dalam transaksi jual beli melalui sistem elektronik (e-commerce) melalui:

- a. Litigasi. Setiap konsumen yang mengalami kerugian dapat menggugat pelaku usaha (produsen) melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara para pihak, atau dapat melalui pengadilan yang berada di lingkungan pengadilan umum. Berdasarkan Pasal 46 dinyatakan bahwa gugatan atas pelanggaran pelaku usaha dapat dilakukan oleh:
 - 1. Seorang konsumen yang dirugikan atau ahli waris yang bersangkutan.
 - 2. Sekelompok konsumen yang mempunyai kepentingan yang sama.
 - 3. Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat, yaitu berbentuk badan hukum atau yayasan, yang dalam anggaran dasarnya menyebutkan dengan tegas bahwa tujuan didirikannya organisasi tersebut adalah untuk kepentingan perlindungan konsumen dan telah melaksanakan kegiatan sesuai dengan anggaran dasarnya; d. pemerintah dan/atau instansi terkait apabila barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau dimanfaatkan mengakibatkan kerugian materi yang besar dan/atau korban yang tidak sedikit.
- b. Non Litigasi. Sebagaimana diatur dalam Pasal 47 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 bahwa "Penyelesaian sengketa konsumen di luar Pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terjadi kembali atau tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen".

Penyelesaian sengketa melalui non litigasi dilakukan dengan cara mempertemukan dan memfasilitasi para pihak yang bersengketa ke dalam sebuah forum bertujuan untuk mencari hasil kesepakatan yang terbaik atas sengketa tersebut. Penyelesaian sengketa dengan jalur non-litigasi ditempuh melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dapat dilakukan melalui 3 (tiga) cara:

- a. Konsiliasi. Konsiliasi merupakan cara yang dapat dilakukan dimana majelis Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) hanya bertugas mempertemukan dan memberikan pengarahan mengenai jalannya persidangan tanpa masuk lebih dalam mengenai pokok perkara, putusan dalam hal ini akan disepakati oleh para pihak bersangkutan.
- b. Mediasi. Mediasi dilakukan dengan cara yang hampir serupa dengan konsiliasi, namun terdapat perbedaan dimana majelis Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) juga ikut serta dalam proses penentuan kesepakatan para pihak, dalam hal ini majelis akan

aktif bertanya serta memberika beberapa pilihan mengenai penyelesaian yang dapat disepakati oleh para pihak.

- c. Arbitrase. Arbitrase dilakukan dengan dipilih dan disepakati oleh para pihak untuk menyerahkan seluruh proses persidangan dan putusan kepada majelis Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), yang kemudian putusan akan dijalankan oleh para pihak.

Kedua cara tersebut dapat dipilih oleh konsumen sebagai upaya hukum penyelesaian sengketa dengan pelaku usaha. Diantara keduanya, bukanlah salah satunya menjadi suatu tahapan berkelanjutan, dimana konsumen dapat langsung menyelesaikan di Pengadilan tanpa harus melalui non litigasi. Hal ini didapatkan karena pada umumnya jalur litigasi akan ditempuh oleh konsumen apabila gagal dalam penyelesaian sengketa melalui non litigasi.

KESIMPULAN

Perlindungan Konsumen merupakan suatu komponen penting bagi pembeli atau konsumen dalam transaksi jual beli baik secara langsung maupun melalui media elektronik (e-commerce). Perlindungan konsumen hadir sebagai bentuk upaya kepastian hukum dalam hal perlindungan kepada konsumen. Konsumen memiliki hak untuk mendapatkan perlindungan hukum khususnya represif agar hak-haknya terlindungi dan terpenuhi. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, perlindungan hukum terhadap konsumen diantaranya:

- a. Perlindungan atas barang atau jasa yang digunakan konsumen bersifat aman dan tidak membahayakan.
- b. Perlindungan atas hak dalam pemberian informasi atas barang atau jasa secara lengkap, jelas dan jujur untuk kemudian digunakan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.
- c. Perlindungan atas suara konsumen, konsumen berhak untuk menyampaikan keluhan dan saran mengenai barang atau jasa yang dibelinya.
- d. Perlindungan atas pemilihan suatu barang yang akan dibeli sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan.
- e. Perlindungan atas bimbingan dari pihak yang berkompeten apabila mengalami permasalahan mengenai barang atau jasa yang diterima.
- f. Perlindungan atas kedudukannya, konsumen berhak untuk diperlakukan secara baik, jujur, dan tidak diskriminatif.
- g. Perlindungan atas ganti rugi yang dialami apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian.

Sebagai aktivitas bisnis, transaksi jual beli melalui sistem elektronik (e-commerce) mengakibatkan adanya hubungan hukum antara pembeli atau konsumen dan pelaku usaha atau produsen. Dimana hal ini terjadi akibat adanya suatu peristiwa hukum yaitu perjanjian atau kontrak yang secara mutlak hadir sebagai kesepakatan antar para pihak. Upaya hukum terhadap konsumen dalam penyelesaian sengketa apabila merasa dirugikan oleh pelaku usaha atau produsen dapat dilakukan dengan dua cara yaitu melalui litigasi dan non litigasi. Litigasi merupakan penyelesaian sengketa melalui pengadilan, sedangkan non litigasi merupakan penyelesaian sengketa diluar pengadilan berdasar kesepakatan para pihak. Umumnya penyelesaian melalui jalur litigasi memakan waktu yang cukup lama, sehingga dengan ini banyak masyarakat yang menggunakan jalur non litigasi. Penyelesaian sengketa melalui non litigasi ditempuh melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) yang dapat dilakukan dengan 3 (tiga) cara yaitu konsiliasi, mediasi, dan arbitrase.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah disampaikan, terdapat beberapa saran mengenai regulasi e-commerce sebagai berikut:

1. Untuk pemerintahan, perlu adanya pembaharuan regulasi guna memperkuat perlindungan konsumen, menetapkan tanggung jawab yang jelas bagi penyelenggara platform dan pelaku usaha (produsen), dan meningkatkan efektivitas penyelesaian sengketa
2. Untuk para pembaca, perlu meningkatkan kesadaran mengenai perlindungan hukum di kalangan konsumen, pelaku usaha (produsen) dalam hal transaksi jual beli melalui sistem elektronik.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi Miru. 2000. "Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia". Disertasi, Program Pascasarjana, Universitas Airlangga. Surabaya
- Bambang Sunggono. Metodologi Penelitian Hukum. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2003.
- KBBI. 2018. *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (KBBI), [Online, diakses pada 21 April 2024]
- M. Arsyad Sanusi. 2001. Transaksi Bisnis dalam E-Commerce Tentang permasalahan Hukum dan Solusinya. Jurnal Hukum Iustum, Vol. 8, No. 16.
- Mahir Perdana. 2015. Klasifikasi Jenis-Jenis Bisnis E-Commerce di Indonesia. Jurnal Neo-bis, Vol.9, No.2.
- Munir Fuady. 2001. Hukum Kontrak: Dari Sudut Pandang Hukum Bisnis, Buku Pertama. Jakarta: Citra Aditya Bakti.
- Nandang Sutrisno. 2001. Cyberlaw: Problem dan Prospek Pengaturan Aktifitas Internat. Jurnal Hukum Ius Quies Iustum, Vol. 8, No. 16.
- Nandang Sutrisno. 2001. Cyberlaw: Problem dan Prospek Pengaturan Aktifitas Internat. Jurnal Hukum Ius Quies Iustum, Vol. 8, No. 16.
- Puteri Asyifa, Melawati, Panji Adam. 2021. Pentingnya Hukum Perlindungan Konsumen dalam Jual Beli. Jurnal Manajemen dan Bisnis, Vol. 3, No. 1.
- Shafa Ardesta Fitraeni. 2023. "6 Perbedaan Bisnis Konvensional dan Bisnis Digital!". <https://fkg.umsida.ac.id/6-perbedaan-bisnis-digital-dan-bisnis-konvensional/> diakses pada 16 April 2024 pada pukul 22.48.
- Wedari, Sayu Surya Ayu. 2018. Perlindungan Konsumen Terhadap Penyalahgunaan Obat Dekstrometorfan Di Indonesia. Jurnal Imu Hukum, Vol. 5, No. 1.
- Zakaria. Analisis Hubungan Hukum Dan Akses Dalam Transaksi Melalui Media Internet. <https://media.neliti.com/media/publications/10683-ID-analisis-hubungan-hukum-dan-akses-dalam-transaksi-melalui-media-internet.pdf> diakses pada 22 April 2024 pada pukul 20.46.