

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DAN PELAKU USAHA DALAM TRANSAKSI JUAL BELI BARANG SECARA ONLINE

Irlan Anugrah¹, Ichwan Setiawan²

Sekolah Tinggi Ilmu Hukum IBLAM, Jakarta Pusat, DKI Jakarta, Indonesia^{1,2}

Email: irlananugrah@gmail.com¹ ichawnsetiawan@iblam.ac.id²

Abstrak

Perlindungan hukum terhadap para pihak yang melakukan transaksi jual beli barang melalui online sudah menjadi kebiasaan masyarakat Indonesia. Kemudahan dan efisiensi menjadi alasan utama banyak masyarakat yang menginginkan mekanisme jual beli secara online. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana perlindungan hukum yang diberikan oleh negara melalui peraturan perundang-undangan terhadap masyarakat sebagai konsumen yang berhubungan dengan transaksi elektronik (*e-commerce*) dengan pelaku usaha selaku penjual. Beberapa hukum positif terkait peraturan perdagangan di Indonesia, khususnya *e-commerce* antara lain UU Perlindungan Konsumen dan UU ITE memberikan gambaran tentang apa saja hal-hal penting yang menjadi hak-hak dan kewajiban para pihak yang bertransaksi. Dengan menggunakan metode penelitian hukum normatif, pendekatan peraturan perundang-undangan (*statute approach*), maka didapat hasil penelitian bahwa: 1) Legalitas transaksi jual beli secara online diatur dalam Pasal 47 dan 48 PP Nomor 2008 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik; 2) Hak-Hak dan Kewajiban Konsumen dan Pelaku Usaha diatur dalam Pasal 4 s.d. 7 UU Perlindungan Konsumen; 3) Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dan Pelaku Usaha dalam transaksi jual beli barang secara online diatur secara jelas dan runtut dalam beberapa pasal pada UU Perlindungan Konsumen dan UU ITE, Pasal 4 UU Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa, serta Pasal 84 PP Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.

Kata Kunci: Perlindungan Hukum, Konsumen, Transaksi

Abstract

Legal protection for parties who make online buying and selling transactions has become a habit of the Indonesian people. Ease and efficiency are the main reasons many people want an online buying and selling mechanism. The purpose of this study is to find out how the legal protection provided by the state through laws and regulations to the public as consumers related to electronic transactions (e-commerce) with business actors as sellers. Several positive laws related to trade regulations in Indonesia, especially e-commerce, including the Consumer Protection Law and the ITE Law, provide an overview of what are the important things that are the rights and obligations of the transacting parties. By using normative legal research methods, the approach to laws and regulations (statute approach), the results of the study were obtained that: 1) The legality of online buying and selling transactions is regulated in Articles 47 and 48 of PP Number 2008 concerning the Implementation of Electronic Systems and Transactions; 2) The Rights and Obligations of Consumers and Business Actors are regulated in Articles 4 to 7 of the Consumer Protection Law; 3) Legal Protection of Consumers and Business Actors in online buying and selling transactions is clearly and in order in several articles in the Consumer Protection Law and the ITE Law, Article 4 of the Arbitration Law and Alternative Dispute Resolution, and Article 84 PP Number 82 of 2012 concerning the Implementation of Electronic Systems and Transactions.

Keywords: Legal Protection, Consumers, Transactions



Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi-BerbagiSerupa 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi telah mengubah peradaban dunia dengan segala aktivitas manusia yang beraneka ragam. Asdaptasi terhadap kemajuan teknologi telah diimplementasikan

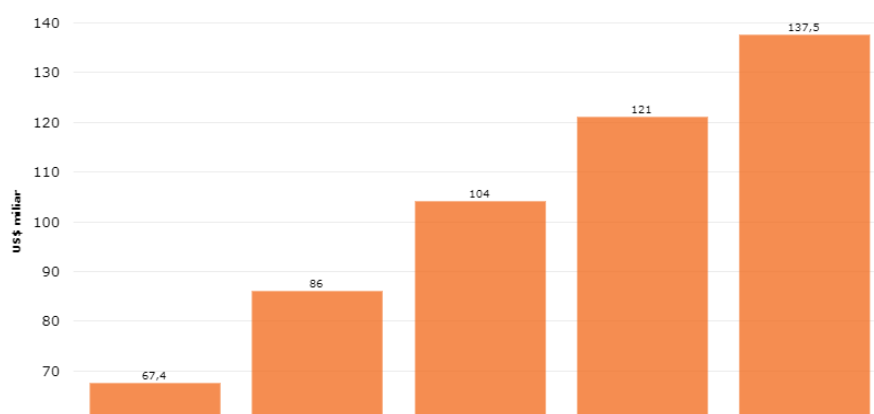
hampir di semua bidang mulai dari pendidikan, hukum, politik, sosial, budaya, tak terkecuali dunia ekonomi dan bisnis. Teknologi dan informasi telah mengubah masyarakat menciptakan jenis dan peluang bisnis yang baru dan berinovasi tinggi sehingga tercipta jenis pekerjaan dan karir baru dalam pekerjaan manusia. Dengan jaringan internet yang terus bertransformasi ke teknologi yang lebih mutakhir, mulai dari jaringan 1G sampai 5G dengan kecepatan akses yang tinggi.

Dalam dunia bisnis, perdagangan merupakan salah satu aktivitas yang banyak memanfaatkan kecanggihan internet sebagai media aktivitas bisnis karena kontribusinya terhadap efektivitas dan efisiensi. Perdagangan dapat berkembang lebih cepat dan adaptif dengan kemajuan teknologi internet, yang dikenal dengan istilah *electronic commerce (e-commerce)*. Konsep ini menawarkan transaksi bisnis yang tidak konvensional, dimana transaksi dan penyerahan barang antara penjual dan pembeli tidak dilakukan secara tunai. Atau dengan kata lain, terjadi peralihan konsep perdagangan dari konsep tradisional ke konsep telemarketing (Afrilian Perdana, Dahlan, 2014).

Saat ini, *e-commerce* terbagi dalam dua jenis yaitu perdagangan antar pelaku usaha (*business to business e-commerce*) dan perdagangan antar pelaku usaha dan konsumen (*business to consumer e-commerce*) (Putra, 2014). Pada akhirnya, makin banyak kegiatan perdagangan yang diterapkan melalui media internet seperti jual beli barang secara online dari tahun ke tahun. Terlebih saat masa pandemi Covid-19 lalu, semua kegiatan interaksi secara langsung dibatasi oleh Pemerintah Indonesia dalam upaya pencegahan virus ke masyarakat.

Menurut catatan BI, jumlah total transaksi bisnis online di Indonesia pada tahun 2021 mencapai 401 triliun rupiah (Pink, 2022). Dan berdasarkan survey NielsenIQ, jumlah konsumen belanja online di Indonesia yang menggunakan *e-commerce* pada tahun 2021 mencapai 32 juta orang, melonjak drastis 88% dibandingkan tahun 2020 yang hanya mencapai 17 juta orang (Makki, 2021). Bahkan pasar *e-commerce* di Indonesia diperkirakan dapat menjadi kontributor pertumbuhan utama di Asia Pasifik.

Potensi dan perkembangan *e-commerce* di Indonesia membuat Pemerintah Indonesia mendorong 5 perusahaan *e-commerce* terbesar di Indonesia, yaitu Go-Jek, Tokopedia, MatahariMall.com, Traveloka, dan Kaskus untuk berkolaborasi dengan berbagai perusahaan kapital ventura terbesar di dunia agar perusahaan *e-commerce* dapat mendunia (Suwari Akhmaddhian, 2016). Selain 5 perusahaan lokal terbesar tersebut, muncul juga berbagai perusahaan *e-commerce* yang kemajuannya cukup signifikan, seperti Lazada, Olx, Shopee, dan lain sebagainya. Bahkan di luar perusahaan *e-commerce*, banyak juga individu yang mencoba peruntungan berbisnis ala *e-commerce* menggunakan media sosial instagram, facebook, dan twitter.



Gambar 1. Estimasi Nilai Transaksi E-Commerce di Indonesia (2021-2025)
Sumber: RedSeer, 2022

Berdasarkan analisis RedSeer Strategy Consultans, pasar *e-commerce* Indonesia diproyeksikan meningkat menjadi US\$137,5 miliar pada 2025. Dalam analisisnya, RedSeer melihat pertumbuhan pasar *e-commerce* di Indonesia didukung oleh empat hal, yaitu ekonomi berbasis konsumsi, demografi yang masih muda, ekonomi digital yang bertumbuh, dan keinginan konsumen yang ingin segalanya serba mudah (Pahlevi, 2022).

Pada hakikatnya, internet memudahkan masyarakat berekspresi dan berinovasi dalam menjalankan bisnisnya. Kehadiran *e-commerce* dapat memberikan kemanjaan yang luar biasa kepada konsumen, karena efektivitas dan efisiensi waktu yang diberikan terhadap pembelian barang-barang pilihan masyarakat (Susanto, 2008).

Namun searah dengan dinamika sosial budaya sedemikian kompleks yang terjadi pada masyarakat, aktivitas *e-commerce* membawa konsekuensi hukum bagi pihak-pihak yang terlibat yaitu terkait tentang: 1) otentikasi subjek hukum yang bertransaksi; 2) kekuatan pengikatan secara hukum; 3) objek transaksi yang diperjualbelikan; 4) mekanisme peralihan hak; 5) hubungan hukum dan pertanggungjawaban para pihak; 6) legalitas dokumen sebagai alat bukti; dan 7) mekanisme penyelesaian sengketa (Suwari Akhmaddhian, 2016).

Meskipun aturan mengenai *e-commerce* telah dibuat oleh Pemerintah melalui berbagai peraturan perundang-undangan, diantaranya Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (selanjutnya disebut UU ITE) dan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan (selanjutnya disebut UU Perdagangan) sebagai amanah pengaturan *e-commerce* di Indonesia.

Adapun terkait perlindungan konsumen diatur lebih khusus dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut UU Perlindungan Konsumen)s. Namun tetap banyak kendala yang dihadapi oleh pelaku *e-commerce* dalam menjalankan bisnisnya, baik sebagai penjual maupun pembeli. Telah banyak masalah yang menimpa pelaku *e-commerce* dan merugikan salah satu pihak, bahkan kedua belah pihak dalam transaksi jual beli secara online.

Fenomena sistem *cash on delievery* atau dikenal dengan istilah COD merupakan kasus yang paling banyak menyita perhatian publik akhir-akhir karena banyaknya keluhan pembeli akibat barang yang dibel tidak sesuai dengan yang diharapkan. Faktor utama yang menjadi kelemahan konsumen adalah tingkat pengetahuan hukum dan kesadaran yang masih rendah. Selain konsumen, salah satu pihak yang juga dirugikan adalah perusahaan ekspedisi selaku pihak ketiga yang mengantarkan barang transaksi online ke pembeli.

Di sisi lain, beberapa kasus penjual yang tidak amanah berdampak negatif bagi penjual online lain yang telah melaksanakan transaksi sesuai prosedur. Oleh karena itu, tulisan ini akan mengkaji permasalahan fenomena-fenomena tersebut di atas, dengan menjelaskan bagaimana sebenarnya perlindungan hukum terhadap konsumen dan pelaku usaha dalam transaksi jual beli barang secara online.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian hukum normatif, yaitu suatu proses untuk menemukan aturan hukum, prinsip-prinsip hukum, maupun doktrin-doktrin hukum guna menjawab isu hukum yang dihadapi (Marzuki, 2010). Adapun pendekatan yang digunakan adalah pendekatan peraturan perundang-undangan (*statute approach*) yang dilakukan dengan menelaah semua undang-undang dan regulasi yang berkaitan dengan isu hukum yang ditangani (Kadir, 1998), dalam hal ini yang berkaitan dengan perlindungan hukum terhadap konsumen dan pelaku usaha dalam transaksi jual beli barang secara online.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Legalitas Perjanjian Jual Beli Secara Online di Indonesia

Mengacu kepada teori perdata pada umumnya, sebuah transaksi adalah perbuatan hukum yang melibatkan dua belah pihak yang saling membutuhkan dalam hal yang memiliki nilai ekonomis tertentu, dan biasanya direalisasikan melalui sebuah perikatan yang disebut dengan sebuah istilah kontrak (Rahman, 2003), karena kontrak sendiri berfungsi untuk mengamankan sebuah transaksi (Kuspraningrum, 2011).

Sebuah kontrak perdagangan dianggap sah secara hukum jika memenuhi persyaratan secara subyektif dan obyektif. Jika salah satu syarat tidak dapat dipenuhi maka kontrak perdagangan tersebut dapat dimintakan pembatalan (syarat subyektif tidak terpenuhi) atau dapat batal demi hukum (syarat obyektif tidak terpenuhi). Ketentuan tersebut secara jelas tertuang dalam Pasal 1320 Kitab Undang-undang Hukum Perdata (KUHPerdata), dimana pasal tersebut mensyaratkan 4 hal agar perjanjian dianggap sah secara hukum yaitu sepakat, cakap hukum, kausa yang halal, dan adanya objek tertentu.

Implementasi dari teorisasi dan ketentuan KUHPerdata tersebut di atas, akan lebih mudah mendeteksi adanya ketidakterpenuhan persyaratan pada sistem perjanjian atau kontrak perdagangan yang dibuat secara konvensional dibandingkan mendeteksi tidak dipenuhinya persyaratan pada perjanjian atau kontrak elektronik. Hal ini dikarenakan dalam proses pembuatan kontrak perdagangan konvensional para pihak dimungkinkan sudah saling mengenal, saling bertatap muka atau setidaknya sudah tahu sama tahu kecakapan hukum masing-masing pihak. Hal ini berbeda dengan proses pembuatan kontrak perdagangan secara elektronik, dalam hal ini para pihak sangat dimungkinkan tidak bertemu atau bahkan tidak mengenal satu sama lain. Hal ini mempersulit pendeteksian tidak dipenuhinya syarat-syarat sahnya suatu kontrak (Nurgiansah, 2022).

Siapa yang bisa menjamin bahwa dalam sebuah kontrak elektronik para pihak telah cakap hukum untuk membuat kontrak? Lantas bagaimana pula jika sebuah kontrak yang telah dibuat ternyata batal demi hukum di kemudian hari dikarenakan obyek yang diperdagangkan ternyata diperbolehkan di negara penjual tapi tidak diperbolehkan di negara pembeli? Hal-hal semacam itu tentunya harus diantisipasi agar tidak merugikan para pihak yang terlibat dalam transaksi perdagangan dengan sistem elektronik. Dalam transaksi jual beli melalui internet, pihak-pihak yang terkait antara lain:

- a. Penjual atau pelaku usaha;
- b. Pembeli atau konsumen;
- c. Bank sebagai pihak perantara atau penyalur dana dari pembeli atau konsumen kepada penjual, karena pada transaksi jual beli secara elektronik, penjual dan pembeli tidak berhadapan langsung;
- d. Provider sebagai penyedia jasa layanan akses internet.

Pasal 47 Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik memberikan gambaran terkait keabsahan transaksi jual beli secara online, yaitu:

1. Transaksi Elektronik dapat dilakukan berdasarkan kontrak elektronik atau bentuk kontraktual lainnya sebagai bentuk kesepakatan yang dilakukan oleh para pihak;
2. Kontrak Elektronik dianggap sah apabila:
 - a. terdapat kesepakatan para pihak;
 - b. dilakukan oleh subjek hukum yang cakap atau yang berwenang mewakili sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan;

- c. terdapat hal tertentu; dan
- d. Objek transaksi tidak boleh bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, kesucilaan, dan ketertiban umum.

Selain itu terdapat beberapa persyaratan tambahan dalam Pasal 48 Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik sebagai berikut:

1. Kontrak Elektronik dan bentuk kontraktual lainnya sebagaimana dimaksud dalam Pasal 47 ayat (1) yang ditujukan kepada penduduk Indonesia harus dibuat dalam Bahasa Indonesia;
2. Kontrak Elektronik yang dibuat dengan klausula baku harus sesuai dengan ketentuan mengenai klausula baku sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan;
3. Kontrak Elektronik paling sedikit memuat:
 - a. data identitas para pihak;
 - b. objek dan spesifikasi;
 - c. persyaratan Transaksi Elektronik;
 - d. harga dan biaya;
 - e. prosedur dalam hal terdapat pembatalan oleh para pihak;
 - f. ketentuan yang memberikan hak kepada pihak yang dirugikan untuk dapat mengembalikan barang dan/atau meminta penggantian produk jika terdapat cacat tersembunyi; dan
 - g. Pilihan hukum penyelesaian Transaksi Elektronik.

Penting untuk dipatkan bahwa tanda tangan elektronik di suatu kontrak/perjanjian jual beli elektronik telah memenuhi syarat- syarat yang ditetapkan untuk memastikan legalitas/keabsahannya. Menurut Pasal 1 ayat (19) Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, dijelaskan bahwa "*Tanda Tangan Elektronik adalah tanda tangan yang terdiri atas Informasi Elektronik yang dilekatkan, terasosiasi atau terkait dengan Informasi Elektronik lainnya yang digunakan sebagai alat verifikasi dan autentikasi*".

Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya (yang berisi tanda tangan elektronik) dapat menjadi alat bukti hukum yang sah dan merupakan perluasan dari alat bukti yang telah ada menurut yang berlaku di Indonesia sebagaimana diatur dalam UU ITE dan Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, yang merupakan wujud konkrit dari Pemerintah Indonesia untuk proaktif dan responsif dalam pembangunan nasional sebagai suatu proses yang berkelanjutan dan harus senantiasa tanggap terhadap berbagai dinamika yang terjadi di masyarakat; khususnya untuk mengisi kekosongan hukum pada permasalahan perkembangan dan kemajuan teknologi informasi.

Pasal 15 Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik menjelaskan bahwa:

1. Setiap Penyelenggara Sistem Elektronik harus menyelenggarakan Sistem Elektronik secara andal dan aman serta bertanggung jawab terhadap beroperasinya Sistem Elektronik sebagaimana mestinya;
2. Penyelenggara Sistem Elektronik bertanggung jawab terhadap Penyelenggaraan Sistem Elektroniknya;
3. Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak berlaku dalam hal dapat dibuktikan terjadinya keadaan memaksa, kesalahan, dan/atau kelalaian pihak pengguna Sistem Elektronik.

Dari Pasal 15 ayat (2) dan ayat (3) tersebut menunjukkan bahwa Penyelenggara Sistem Elektronik bertanggung jawab terhadap Penyelenggaraan Sistem Elektroniknya kecuali terjadi keadaan memaksa, kesalahan, dan/atau kelalaian pihak pengguna Sistem Elektronik. UU ITE memiliki asas diantaranya netral teknologi atau kebebasan memilih teknologi. Hal ini termasuk memilih jenis tanda tangan elektronik yang dipergunakan untuk menandatangani suatu informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik.

Asas netral teknologi dalam UU ITE perlu dipahami secara berhati-hati, dan para pihak yang melakukan transaksi elektronik sepatutnya menggunakan tanda tangan elektronik yang memiliki kekuatan hukum dan akibat hukum yang sah seperti diatur dalam Pasal 11 ayat 1 UU ITE. Tanda Tangan Elektronik memiliki kekuatan hukum dan akibat hukum yang sah selama memenuhi persyaratan sebagai berikut : Data pembuatan Tanda Tangan Elektronik terkait hanya kepada Penanda Tangan; Data pembuatan Tanda Tangan Elektronik pada saat proses penandatanganan Elektronik hanya berada dalam kuasa Penanda Tangan, Segala perubahan terhadap Tanda Tangan Elektronik yang terjadi setelah waktu penandatanganan dapat diketahui, Segala perubahan terhadap Informasi Elektronik yang terkait dengan Tanda Tangan.

Pembahasan

Hak dan Kewajiban Konsumen dan Pelaku Usaha dalam Transaksi Jual Beli Barang dan Jasa di Indonesia

Perjanjian jual beli secara online melalui media elektronik (*e-commerce*) merupakan perluasan konsep perjanjian jual beli yang diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Jual beli secara online tetap berlandaskan aturan perdagangan secara konvensional yang diatur dalam hukum perdata. Namun terdapat sedikit perbedaan dalam jual beli secara online yang harus diatur secara khusus karena terdapat unsur peranan dominan dari instrumen-instrumen teknologi internet (Kantaatmadja, 2001).

Sama halnya dengan jual beli konvensional, jual beli secara online juga menimbulkan perikatan antara pihak penjual dan pembeli untuk menghasilkan sebuah prestasi sehingga timbullah hak dan kewajiban dari masing-masing pihak yang terlibat. Hak merupakan sesuatu yang benar dan dapat dikuasai oleh konsumen maupun pelaku usaha. Adapun adalah sesuatu yang wajib dilaksanakan oleh masing-masing pihak-pihak.

Sebagaimana ditentukan dalam Pasal 4 UU Perlindungan Konsumen, hak-hak konsumen adalah sebagai berikut:

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkannya sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
3. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa;
5. Hak untuk mendapatkannya advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
6. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen;
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi/penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Adapun Kewajiban Konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 5 UU Perlindungan Konsumen adalah sebagai berikut:

1. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
2. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
3. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
4. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Sementara Hak Pelaku Usaha diatur secara jelas dalam Pasal 6 UU Perlindungan Konsumen, yaitu:

1. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
2. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
3. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
4. Hak untuk direhabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
5. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Sedangkan kewajiban pelaku usaha diatur dalam Pasal 7 UU Perlindungan Konsumen, yaitu:

1. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
2. Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan;
3. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
4. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
5. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau diperdagangkan;
6. Memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
7. Memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian atas kerugian akibat barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Secara teori, jika terjadi perjanjian atau perikatan hukum maka apa yang menjadi kewajiban satu pihak akan menjadi hak pihak lainnya begitupun sebaliknya. Maka apa-apa yang menjadi hak dari konsumen merupakan kewajiban yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha selaku pihak terkait, dan apa yang menjadi kewajiban dari konsumen merupakan hak dari pelaku usaha.

Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dan Pelaku Usaha dalam Transaksi Jual Beli Secara Online di Indonesia

Istilah “perlindungan konsumen” berkaitan erat dengan perlindungan hukum. Perlindungan konsumen mengandung aspek hukum, dimana dalam hal ini negara hadir memberikan hak-hak bagi warga negaranya sebagaimana termaktub dalam UU Perlindungan Konsumen (Shidarta, 2000). Menurut Pasal 1 ayat 2 UU Perlindungan Konsumen, konsumen

adalah “setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”. Dalam pembahasan ini, konsumen diartikan sebagai seseorang yang membeli suatu produk melalui media online untuk dimanfaatkan secara langsung (konsumen akhir).

Terdapat beberapa garis besar permasalahan yang dialami oleh konsumen dalam transaksi secara online, diantaranya:

1. Konsumen tidak dapat langsung melihat dan mengidentifikasi barang yang akan dibeli;
2. Kurangnya informasi tentang produk yang ditawarkan;
3. Tidak jelasnya status subjek hukum dari penjual;
4. Tidak ada jaminan keamanan dalam bertransaksi secara online;
5. Pembebanan risiko yang tidak ideal karena penjual terlebih dahulu membayar lunas dan barang diserahkan di kemudian hari;
6. Transaksi lintas negara yang menimbulkan ambiguitas yurisdiksi hukum ketika terjadi sengketa (Barkatullah, 2010).

Mekanisme transaksi jual beli secara online yang dilakukan tanpa tatap muka langsung serta tidak saling mengenal antara konsumen dan pelaku usaha, maka potensi pelanggaran hak-hak konsumen dapat mungkin terjadi. Dalam hal ini, konsumen ada pada posisi tawar yang lemah, sehingga perlindungan hukum sangat diperlukan bagi konsumen dalam upaya menjaga hak-haknya dalam transaksi jual beli online.

Perlindungan konsumen memiliki cakupan yang luas, meliputi perlindungan terhadap barang dan jasa mulai dari proses peralihan kepemilikan serta kemanfaatan barang hingga implikasi dari pemakaian barang tersebut. Cakupan perlindungan konsumen dikategorikan dalam dua aspek, yaitu:

1. Perlindungan terhadap kemungkinan barang diserahkan tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati antara penjual dan pembeli;
2. Perlindungan terhadap diberlakukannya syarat-syarat yang tidak adil kepada konsumen (Zulham, 2013).

Upaya memberikan perlindungan hukum terhadap pihak-pihak yang bertransaksi dalam jual beli di dunia maya dapat ditempuh melalui jalur litigasi. Upaya ini dapat diambil jika terjadi sengketa antara pihak konsumen selaku pembeli dan pelaku usaha selaku penjual. Berdasarkan UU Perlindungan Konsumen, salah satu hak konsumen adalah mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa secara patut (Pasal 4 ayat 5). Dan selaras dengan hal tersebut, pelaku usaha sebagai penjual harus memberikan kompensasi atau penggantian atas kerugian yang diakibatkan oleh penggunaan, pemakaian, pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan (Pasal 7 ayat 7) (Nasution, 1995).

Jika dalam perkembangannya, pelaku usaha tidak memberi tanggapan atas komplain kerugian yang diajukan oleh konsumen, maka konsumen dapat menggugatnya melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) atau mengajukan gugatan ke peradilan tempat kedudukan konsumen sebagaimana hal ini termaktub dalam UU Perlindungan Konsumen Pasal 23 (Sembiring, 2011).

Adapun opsi lain yang diakomodir dalam UU ITE khusus penyelesaian sengketa dalam transaksi *e-commerce* dijelaskan dalam Pasal 38 dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Setiap orang dapat mengajukan gugatan terhadap pihak yang menyelenggarakan sistem elektronik dan/atau menggunakan teknologi informasi yang menimbulkan kerugian;
2. Masyarakat dapat mengajukan gugatan secara perwakilan terhadap pihak yang

menyelenggarakan sistem elektronik dan/atau menggunakan teknologi informasi yang berakibat merugikan masyarakat, sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Maksud dari gugatan secara perwakilan sebagaimana termaktub dalam ayat di atas adalah jika beberapa kumpulan kelompok yang memiliki kepentingan hukum yang sama dengan lawan yang sama, maka cukup diwakilkan satu orang per kelompok saja tanpa harus disertakan anggota kelompoknya.

Dalam penyelesaian gugatan perdata kasus jual beli secara online atau elektronik (*e-commerce*), para pihak dapat memilih jalur sengketa non litigasi seperti arbitrase, negosiasi, mediasi, dan konsiliasi. Meskipun pelaksanaan sengketa *e-commerce* di Indonesia belum sepenuhnya bersifat online, namun dalam Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa diberikan opsi penyelesaian secara online via e-mail atau instrumen lainnya yang bersifat online tanpa harus bertemu satu sama lain (Pasal 4 ayat 3) (WP, 2014).

Adapun dalam penyelesaian sengketa melalui jalur litigasi atau pengadilan, terdapat ketentuan yang diatur dalam Pasal 19 UU Perlindungan Konsumen bahwa kepentingan dari pihak konsumen tidak dapat diukur dari nilai kerugian. Dengan kata lain, tidak ada syarat minimal berapa nominal kerugian jika konsumen ingin menggugat pelaku usaha atau penjual.

Dijelaskan lebih lanjut dalam Pasal 28 UU Perlindungan Konsumen bahwa beban pembuktian terhadap ada tidaknya unsur kesalahan dalam gugatan ganti rugi merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha. Ketentuan ini menjadi teori terbalik sebagaimana diterapkan dalam sengketa perdata pada acara biasa, dimana beban pembuktian menjadi tanggung jawab penggugat. Dalam gugatan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha, dikenal adanya asas *product liability* yaitu asas pertanggungjawaban atas produk yang disyalir menyebabkan kerugian terhadap konsumen sehingga pelaku usaha wajib membuktikan klo produk mereka tidak bermasalah.

Berdasarkan Pasal 5 UU ITE, alat bukti yang dapat digunakan oleh konsumen di pengadilan adalah:

1. Bukti transfer atau bukti pembayaran;
2. SMS atau e-mail yang menyatakan kesepakatan untuk melakukan pembelian;
3. Nama, alamatn nomor telepon, dan nomor rekening pelaku usaha.

Adapun mengenai kompensasi/ganti rugi yang diajukan kepada peaku usaha, berdasarkan Pasal 19 ayat 2 UU Perlindungan Konsumen meliputi sejumlah uang, penggantian barang dan/atau jasa yang setara, perawatan kesehatan, dan pemberian santunan sesuai ketentuan perundang-undangan. Sedangkan sanksi pidana bagi pihak yang melanggar ketentuan dalam *e-commerce* diatur dalam UU ITE, dimana pidana penjara dikumulasikan dengan pidana denda sebagaimana diatur dalam Pasal 45 ayat 2 yaitu pidana penjara paling lama 6 tahun dan/atau denda paling banyak satu milyar rupiah.

Selain itu, bagi pelaku usaha dikenakan sanksi adminsitratif sebagaimana diatur pada Pasal 84 ayat 2 Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik berupa teguran tertulis, denda administratif, penghentian sementara, sampai dikeluarkan dari daftar izin. Maka dapat disimpulkan, bahwa potensi sanksi yang berlipat-lipat mungkin saja dapat diterima oleh para pihak yang melanggar kesepakatan bagi pelaku usaha maupun konsumen sehingga menimbulkan kerugian diantara kedua belah pihak. Jika konsekuensi hukum ini benar-benar diterapkan tanpa pandang bulu,

maka bukan hal yang mustahil jika dampaknya akan mengurangi dan mencegah kecurangan-kecurangan di antara para pihak.

KESIMPULAN

Terkait legalitas transaksi jual beli secara online sebagaimana diatur dalam Pasal 47 dan 48 PP Nomor 2008 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik menjelaskan bahwa transaksi elektronik dapat dilakukan berdasarkan kontrak elektronik atau bentuk lain sesuai kesepakatan para pihak dengan memuat setidaknya data identitas para pihak, objek, harga dan biaya, prosedur pembatalan ketentuan penggantian kerugian, serta pilihan penyelesaian sengketa. Mengenai hak-hak yang timbul bersamaan dengan kewajiban bagi konsumen dan pelaku usaha dalam transaksi jual beli secara online, pada prinsipnya sama dengan transaksi perdagangan konvensional sebagaimana diatur lebih jelas dalam Pasal 4 s.d. 7 UU Perlindungan Konsumen.

Adapun Terkait Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dan Pelaku Usaha dalam transaksi jual beli barang secara online, ada beberapa sanksi yang mengancam bagi para pihak yang melanggar ketentuan dalam transaksi jual beli secara online yaitu sanksi pidana penjara, sanksi denda, sanksi administratif, sampai sanksi pencabutan izin usaha. Semua hal itu telah jelas diatur dalam berbagai peraturan perundang-undangan, diantaranya Pasal 4, 7, 19, 23, dan 28 UU Perlindungan Konsumen, Pasal 5, 38, dan 45 UU ITE, Pasal 4 UU Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa, serta Pasal 84 PP Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.

Pada akhirnya, penulis menyatakan pendapat jika konsekuensi hukum ini benar-benar diterapkan tanpa pandang bulu, maka bukan hal yang mustahil jika dampaknya akan mengurangi dan mencegah kecurangan-kecurangan di antara para pihak.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrilian Perdana, Dahlan, M. (2014). Penyelesaian Wanprestasi Dalam Perjanjian Jual Beli Melalui Media Elektronik. *Jurnal Ilmu Hukum*, 2(1).
- Barkatullah, A. H. (2010). *Hak-Hak Konsumen*. Bandung: Nusa Media.
- Kadir, M. A. (1998). *Hukum Perikatan*. Bandung: Alumni.
- Kantaatmadja, M. K. (2001). *Cyberlaw: Suatu Pengantar* (Cet.1). Bandung: ELIPS.
- Kuspraningrum, E. (2011). Keabsahan Kontrak Elektronik dalam UU ITE ditinjau dari Pasal 1320 KUHPerdara dan UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce. *Jurnal Risalah Hukum*, 7(2).
- Makki, S. (2021). Konsumen Belanja Online RI Melonjak 88 Persen pada 2021.
- Marzuki, P. M. (2010). *Penelitian Hukum* (Cet. Ke-6). Jakarta: Kencana.
- Nasution, A. (1995). *Konsumen dan Hukum*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Nurgiansah, T. H. (2022). Pendidikan Pancasila Sebagai Upaya Membentuk Karakter Religius. *Jurnal Basicedu*, 6(4), 7310–7316. Retrieved from <https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i4.1230>
- Pahlevi, R. (2022). Nilai Transaksi E-Commerce Indonesia Diperkirakan Capai US\$137,5 Miliar pada 2025.
- Pink, B. (2022). BI: Total Nilai Penjualan E-Commerce di 2021 Tercatat Rp 401 Triliun.
- Putra, S. (2014). Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual-Beli melalui E-Commerce. *Jurnal Ilmu Hukum*, 4(2).
- Rahman, H. (2003). *Contract Drafting: Seri Keterampilan Merancang Kontrak Bisnis*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Sembiring, J. (2011). *Cara Menyelesaikan Sengketa di Luar Pengadilan*. Jakarta: Visi Media.

- Shidarta. (2000). *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Susanto, H. (2008). *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*. Yogyakarta: Visi Media.
- Suwari Akhmaddhian, A. A. (2016). Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual Beli secara Elektronik di Indonesia. *Jurnal Unifikasi*, 3(2).
- WP, K. L. (2014). *Perjanjian Jual Beli dalam Transaksi E-Commerce*. Universitas Lampung.
- Zulham. (2013). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Prenada Media Group.