

TINJAUAN HUKUM KOMERSIAL TERHADAP PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN DALAM E-COMMERCE DI INDONESIA

Azhar Suganda ⁽¹⁾, Andriansyah Hasibuan ⁽²⁾, Elsa Novri Regina ⁽³⁾, Mita Dewi Nasution ⁽⁴⁾, Bonaraja Purba ⁽⁵⁾

Ilmu Ekonomi, Universitas Negeri Medan, Medan

e-mail: azharsuganda66@gmail.com, hasibuan17042004@gmail.com, elsargn29@gmail.com,
mitadewinasution@gmail.com, bonarajapurba@unimed.ac.id

ABSTRACT

Technological developments have driven the growth of e-commerce in Indonesia. Although electronic shopping brings a lot of convenience and practicality, it also brings many different challenges, especially in relation to consumer protection. The purpose of this article is to analyze consumer legal protection in electronic transactions in Indonesia from a commercial law perspective. Normative legal methods are used as research methods. The results of the analysis state that although there are several regulations governing e-commerce and consumer protection, such as legislation regarding consumer protection and regulations from the Ministry of Communication and Information, there are still many obstacles in their implementation. Some of the problems observed are lack of consumer awareness of their rights, lack of supervision of e-commerce participants and limited legal protection. This article recommends increasing consumer education, law enforcement and cooperation between government, economic stakeholders and society to create a safer and fairer electronic ecosystem for consumers in the context of Indonesian e-commerce: a commercial law perspective

Keywords : Legal Protection, Consumer, E-commerce

ABSTRAK

Perkembangan e-commerce di Indonesia didorong oleh kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Belanja elektronik memiliki banyak keuntungan dan kepraktisan, namun juga memiliki banyak masalah, terutama terkait keamanan konsumen. Tujuan dari artikel ini adalah untuk melihat bagaimana hukum dagang melindungi konsumen dalam transaksi elektronik di Indonesia. Hukum normatif adalah metodologi penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada banyak hambatan dalam penerapan peraturan yang mengatur e-commerce dan perlindungan konsumen, seperti peraturan Kementerian Komunikasi dan Informatika dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Konsumen yang tidak menyadari hak-haknya, kurangnya pengawasan terhadap peserta e-commerce, dan terbatasnya perlindungan hukum adalah beberapa masalah yang diamati. Artikel ini menyarankan peningkatan pendidikan konsumen, penegakan hukum yang lebih baik, dan kerja sama antara pemerintah, pemangku kepentingan ekonomi, dan masyarakat untuk menciptakan ekosistem e-commerce Indonesia yang lebih adil dan aman: perspektif hukum komersial.

Kata kunci: Perlindungan Hukum, Konsumen, Transaksi Online

1. Pendahuluan

Dalam era digital yang semakin maju, transaksi e-commerce telah menjadi bagian

penting dalam kehidupan sehari-hari. Banyak orang memilih untuk berbelanja online karena kemudahan dan efisiensi

yang ditawarkan. Namun, kemudahan ini juga membawa sejumlah masalah terkait perlindungan hukum konsumen. Salah satu masalah yang paling umum adalah produk yang tidak sesuai dengan deskripsi atau keterangan yang diberikan oleh penjual, yang dapat menyebabkan kekecewaan dan kerugian bagi konsumen.

Dalam beberapa tahun terakhir, kasus yang terkait dengan perlindungan hukum konsumen dalam transaksi e-commerce meningkat. Beberapa kasus melibatkan penjual yang tidak jujur dalam memberikan informasi tentang produknya, sehingga konsumen tidak mendapatkan apa yang mereka harapkan. Kasus lainnya melibatkan penjual yang tidak memenuhi tanggung jawabnya dalam menerima kembali produk yang tidak sesuai.

Di beberapa negara, termasuk Indonesia, undang-undang telah dibuat untuk melindungi konsumen dalam transaksi e-commerce. Namun, banyak kasus masih belum terselesaikan secara efektif karena kurangnya kesadaran akan hak-hak konsumen dan kurangnya pengetahuan tentang hukum yang berlaku. Penelitian ini bertujuan untuk membahas hak-hak konsumen dalam e-commerce, tanggung jawab pelaku usaha e-commerce, mekanisme penyelesaian sengketa e-commerce, serta kebijakan dan regulasi perlindungan konsumen di Indonesia.

Penelitian ini didukung oleh beberapa studi sebelumnya yang membahas topik serupa. Dianne Eka Rusmawati dalam penelitiannya "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce" membahas perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi pada platform e-commerce. Penelitian oleh Setia Putra dengan judul "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Melalui E-Commerce" membahas hal yang hampir sama, tetapi menggunakan referensi hukum yang berbeda. Penelitian terakhir oleh Dewi Sulistianingsih, dkk, dengan judul "Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi E-commerce

sebagai Tantangan Bisnis di Era Global" membahas perlindungan hukum dalam transaksi e-commerce dan bagaimana transaksi ini menjadi tantangan bisnis di era global saat ini.

2. Kajian Teori Perlindungan Hukum

Philipus M. Hadjon menyatakan bahwa upaya hukum untuk melindungi hak-hak seseorang terhadap tindakan melawan hukum atau sewenang-wenang pihak lain, termasuk negara. Perlindungan hukum bertujuan untuk memberikan rasa aman kepada individu agar hak-haknya tidak dilanggar. Menurut Maria Farida Indrati, penegakan hukum adalah serangkaian upaya hukum untuk menjamin bahwa hak-hak warga negara terlindungi dari tindakan yang merugikan atau menindas. Perlindungan ini mencakup berbagai mekanisme hukum yang dapat digunakan individu untuk melindungi hak-haknya.

Penegakan hukum merupakan upaya melindungi hak dan kepentingan seseorang atau sekelompok orang terhadap tindakan sewenang-wenang yang berpotensi merugikan pihak yang bersangkutan. Perlindungan ini di berikan oleh negara melalui perundang-undangan yang berlaku. Dengan perlindungan hukum, seseorang memperoleh kepastian hukum untuk memperoleh hak nya sesuai dengan peraturan perundangan-undangan yang berlaku. Pembuat hukum juga bertujuan untuk mencapai keadilan bagi semua pihak tanpa adanya diskriminasi atau perlakuan yang merugikan. Penerapan penegakan hukum yang adil dan konsisten sangat penting untuk menjamin penegakan hukum yang efektif. Perlindungan hukum juga menjamin setiap orang mempunyai kesempatan untuk mencapai keadilan melalui proses hukum yang adil. Penegakan hukum juga harus diawasi untuk mencegah terjadinya penyimpangan atau pelanggaran. Oleh karena itu perlindungan hukum penting untuk melindungi hak dan kepentingan setiap orang dari tindakan

sewenang-wenang serta menjamin keadilan dan kepastian hukum dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara.

Konsumen

Menurut Philip Kotler, konsumen adalah individu atau kelompok yang membeli barang atau jasa untuk keperluan atau konsumsi pribadi, bukan untuk dijual kembali atau digunakan dalam produksi ulang. William J. Stanton mengartikan konsumen sebagai individu atau rumah tangga yang membeli barang atau jasa untuk konsumsi pribadi. Konsumen didefinisikan oleh Schiffman dan Kanuk sebagai setiap orang yang memperoleh, menggunakan, dan membuang barang atau jasa. Pemahaman ini mencakup proses pengambilan keputusan sebelum dan sesudah membeli sesuatu. Konsumen menurut Swastha dan Handoko adalah setiap orang atau rumah tangga yang membeli atau memperoleh barang atau jasa untuk digunakan sendiri. Konsumen menurut Engel, Blackwell, dan Miniard adalah seseorang atau sekelompok orang yang menentukan kebutuhan atau keinginan mereka, memutuskan untuk membeli barang atau jasa, dan kemudian membuangnya setelah digunakan.

Salomon mengatakan bahwa pelanggan adalah orang yang mengenali suatu atau keinginan, mencari informasi, membuat keputusan tentang suatu produk, melakukan pembelian, dan menilai produk setelah dikonsumsi. Karena konsumen memainkan peran penting dalam dunia bisnis, dunia usaha dapat menjual, memasarkan, dan menawarkan produknya karena kehadiran konsumen. Menurut Undang-undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999, konsumen (Pasal 1(2)) adalah orang yang mempergunakan barang dan jasa yang tersedia dalam masyarakat untuk kepentingan dirinya sendiri, keluarganya, orang lain, atau makhluk hidup lain, dan bukan untuk kepentingan perdagangan

E-commerce

Kalakota dan Whinston (1997): Perdagangan elektronik adalah proses membeli dan menjual barang, jasa, dan melalui informasi jaringan komputer, yang paling umum adalah Internet. Mereka berbicara tentang perdagangan elektronik dari empat sudut pandang: Perspektif Komunikasi: E-commerce adalah transfer informasi, produk atau layanan, atau pembayaran melalui jaringan komputer atau sarana elektronik lainnya. Perspektif Proses Bisnis: E-commerce adalah penerapan teknologi untuk mengotomatisasi transaksi bisnis dan alur kerja. Perspektif Pelayanan: Toko online membantu mengurangi biaya saat memesan dan mengirim barang. Perspektif Tampilan Online: E-commerce memungkinkan pelanggan melihat barang-barang yang dibeli secara online

Menurut Laudon dan Laudon (2010), bisnis apa pun yang dilakukan secara elektronik, baik melalui Internet atau jaringan komputer lainnya, disebut e-commerce. Menurut Turban dkk . (2012), perdagangan elektronik adalah penggunaan intranet dan Internet untuk membeli, menjual, mengirim, atau menukar barang dan informasi. Menurut Strauss dan Frost (2014), e-commerce mencakup transaksi bisnis yang dilakukan secara elektronik melalui jaringan elektronik seperti Internet.

Perdagangan elektronik, misalnya, adalah pembelian, penjualan, dan transfer uang dan informasi melalui Internet. E-commerce sangat bergantung pada platform dan teknologi digital seperti media sosial, situs web, dan aplikasi seluler untuk mempermudah proses pembelian dan penjualan. Dibandingkan dengan toko fisik, toko e-commerce dapat melayani pelanggan dari mana saja. Penjual dapat mengirimkan barang ke kantor pelanggan atau menyediakan layanan tanpa batasan setelah pelanggan melakukan pemesanan secara online. Karena Anda tidak perlu menyewa ruang komersial atau gudang, dan Anda tidak perlu khawatir tentang asuransi properti atau pemeliharaan properti,

jangkauan toko online lebih murah daripada toko fisik. Selain itu, iklan di internet juga lebih murah, terutama melalui postingan di media social.

3. Metode Penelitian

Penelitian yuridis normatif adalah jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Bagian dari penelitian hukum yang dikenal sebagai penelitian yuridis normatif menganalisis ide-ide, konsep, hukum, dan peraturan terkait untuk tujuan penelitian. Hukum didefinisikan oleh studi yuridis normatif sebagai cara untuk membangun norma. Bangunan tipikal mungkin mencakup konsep, konvensi, hukum, perjanjian, dan prinsip (Sunggono, 2016). Melalui masalah yang dibahas dalam penelitian ini, maka menggunakan penelitian yuridis normatif dapat digunakan untuk keuntungan penelitian ini untuk lebih memahami isu-isu yang akan dibahas.

Untuk menganalisis gambaran hukum dan peraturan terkait yang terkait dengan teori hukum yang tepat dan praktik aktual dari realisasi norma-norma hukum saat ini dan terkait dengan masalah yang disebutkan dalam penelitian ini, maka dapat menggunakan analisis deskriptif dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan data sekunder untuk mendapatkan informasi tentang masalah yang diangkat dalam penelitian, disajikan dengan melihat melalui dan menganalisis berbagai makalah atau bahan pustaka untuk menemukan informasi tentang topik yang menjadi fokus penelitian. Buku, jurnal, temuan penelitian sebelumnya, dan makalah hukum adalah sumber data dari penelitian ini.

Dengan menggunakan pendekatan analisis kualitatif, penelitian ini mengkaji data yang telah diperoleh dan dikumpulkan dengan menghubungkan setiap data dengan ketentuan dan prinsip hukum yang relevan terhadap penelitian ini. Analisis kualitatif dilakukan dengan tujuan menelusuri peraturan perundang-undangan dan bahan Pustaka yang kemudian ditulis secara deskriptif.

4. Hasil dan Pembahasan

Hak Hak Konsumen Dalam E-Commerce

Hak-hak konsumen umum yang berlaku pada transaksi perdagangan elektronik:

- Hak atas informasi yang nyata: Informasi yang nyata adalah dasar terpenting bagi kepercayaan konsumen. Mayoritas konsumen puas dengan informasi produk, namun akses terhadap informasi kebijakan pengembalian perlu ditingkatkan. Platform e-commerce harus membuat kebijakan ini mudah ditemukan dan dipahami.
- Hak privasi dan perlindungan data: Kekhawatiran konsumen terhadap perlindungan data menunjukkan perlunya transparansi yang lebih besar mengenai cara data digunakan dan dilindungi. Penting untuk memiliki peraturan, seperti GDPR Eropa dan undang-undang serupa di negara lain, untuk memastikan bahwa data konsumen diperlakukan dengan hormat dan aman.
- Hak atas keamanan transaksi: Mayoritas konsumen merasa aman saat melakukan transaksi, yang menunjukkan bahwa teknologi enkripsi dan protokol keamanan lainnya diterapkan dengan baik. Namun, untuk menjaga tingkat kepercayaan tersebut, edukasi konsumen mengenai langkah-langkah pencegahan penipuan juga perlu ditingkatkan.
- Hak Pengembalian Produk dan Pengembalian Dana: Proses pengembalian dan pengembalian produk yang efisien sangat penting untuk menjaga kepuasan konsumen. Platform e-commerce harus menyederhanakan proses ini dan dapat berkomunikasi dengan jelas

dengan konsumen tentang status pengembalian dana.

- Hak atas Penyelesaian Sengketa yang Adil: Mekanisme penyelesaian sengketa yang adil dan efisien sangat penting untuk menjaga kepercayaan konsumen. Fakta bahwa 40% konsumen menganggap mekanisme ini perlu diperbaiki menunjukkan bahwa masih ada ruang untuk pengembangan, termasuk mempercepat proses dan meningkatkan aksesibilitas bagi seluruh pembeli.

Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 mengatur perlindungan hukum konsumen dalam perdagangan elektronik. Pasal 3 menekankan pentingnya melindungi konsumen belajar bagaimana melindungi diri mereka sendiri, melindungi hak mereka, dan memberikan keamanan dan kenyamanan saat membeli barang dan jasa. Pasal 4 mengatur hak konsumen untuk memilih dan menerima barang dan jasa sesuai dengan kebutuhan mereka

Konsumen dapat menuntut ganti rugi atau penggantian kepada penjual jika merasa tidak nyaman, merasa keselamatannya terancam, atau tidak menerima barang atau jasa dengan nilai tukar yang wajar (Ridwan & Rizky, 2019). Empat kategori utama hak konsumen, meskipun sangat beragam adalah hak untuk mendapatkan barang dan jasa dengan harga yang wajar, hak untuk menyelesaikan masalah dan menyelesaikannya (Muru, 2013), hak untuk melindungi konsumen dari pihak yang mengutamakan daya tawar yang lemah (Sudaryatmo, 1999).

Tanggung Jawab Pelaku Usaha E-Commerce

Pengusaha bertanggung jawab atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian yang diderita pembeli ketika mereka menggunakan barang dan jasa yang diproduksi atau dijual. Untuk membahas kewajiban pengusaha, terlebih dahulu kami akan membahas hubungan hukum yang ada

antara pasar dan para pihak, yaitu penjual dan pembeli. Kontrak elektronik, yaitu dokumen yang dibuat secara elektronik, mencatat hubungan hukum ini. Jika salah satu pihak gagal mematuhi ketentuan yang tercantum dalam Perjanjian ini, perjanjian ini akan menjadi undang-undang. Kegagalan untuk mematuhi bagian mana pun dari Perjanjian ini akan merupakan pelanggaran kontrak.

Berdasarkan Pasal 4 Ayat 1 PP Nomor 80 Tahun 2019, pihak yang bertransaksi harus melakukan transaksi melalui kontrak elektronik. istilah standar yang digunakan dalam proses perjanjian hukum. Saat menyusun kontrak, pasar mempertimbangkan. Pasar menentukan kondisi ini dan tidak dapat diubah. Para pihak tidak dapat menegosiasikan persyaratan lain jika salah satu dari mereka tidak menyukai persyaratan tersebut. Fakta bahwa para pihak harus menyelesaikan kontrak standar secara elektronik menunjukkan hal ini. Siapapun yang menggunakan layanan kami setelah mendaftarkan akun harus memahami dan menyetujui kebijakan ini . Seseorang mungkin menyetujui persyaratan tersebut dengan mengklik "Selesai". Konsumen atau pembeli dapat mengalami kerugian karena itikad buruk penjual, seperti produk yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi atau janji penjual atau operator mengajukan pengaduan di pasar. Tanggung jawab atas penyampaian dan keamanan sistem elektronik ada di pasar. Menurut Pasal 15 ayat 1 ITES, pasar bertanggung jawab atas pengoperasian sistem elektronik yang aman dan andal. Selain itu, Pasal 15 ayat 2 ITES, PSE menyatakan bahwa operator sistem elektronik bertanggung jawab atas kinerja sistem yang baik

Prinsip tanggung jawab dalam hukum Indonesia didasarkan pada gagasan bahwa setiap orang pada dasarnya bertanggung jawab atas tindakannya. Jika seseorang melakukan kesalahan dan kesalahan itu menimbulkan kerugian pada orang lain, biasanya orang itu yang

bertanggung jawab. Namun prinsip menebak selalu berlaku. Umumnya, penjual dianggap bersalah jika dia tidak dapat membuktikan dirinya tidak bersalah. Untuk memastikan kepastian hukum dan pengelolaan platform pasar, perlu ditetapkan tanggung jawab hukum penyedia platform atas pelanggaran. Pasar bertanggung jawab atas perlindungan data pribadi konsumen dan penggunaan istilah standar sebagai platform untuk konten buatan pengguna yang diatur oleh UUPK, memastikan bahwa sistem elektronik adalah 'organisasi' yang andal, aman, dan bertanggung jawab.

Gagasan bahwa setiap orang pada dasarnya bertanggung jawab atas apa yang mereka lakukan adalah dasar dari konsep tanggung jawab hukum Indonesia. Ketika seseorang melakukan kesalahan dan merusak orang lain, biasanya orang itu bertanggung jawab. Tetapi prinsip menebak tidak pernah salah. Jika penjual tidak dapat membuktikan bahwa dia tidak melakukan kesalahan, dia biasanya dianggap melakukan kesalahan. Tanggung jawab hukum penyedia platform harus ditetapkan untuk pelanggaran untuk memastikan kepastian hukum dan pengelolaan platform pasar. Pasar bertanggung jawab atas perlindungan data pribadi konsumen dan penggunaan istilah standar sebagai platform untuk konten buatan pengguna yang diatur oleh UUPK, yang memastikan sistem elektronik adalah "organisasi" yang andal, aman, dan bertanggung jawab.

Undang-undang ITE, PP 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan dan Sistem Transaksi Elektronik, dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Transaksi Melalui Sistem Elektronik. Hal ini sesuai dengan teori pertanggungjawaban, yang lebih menekankan betapa pentingnya pertanggungjawaban yang berasal dari ketentuan hukum. Dengan kata lain, teori liabilitas didefinisikan sebagai gagasan tanggung jawab yang mengacu pada

kewajiban hukum yang harus dipenuhi oleh seseorang.

Mekanisme Penyelesaian Sengketa E-Commerce

Kemajuan teknologi memiliki peran signifikan dalam memperluas cakupan aktivitas manusia. Di sektor hukum, penggunaan teknologi memfasilitasi proses penyelesaian sengketa dan memudahkan akses keadilan melalui digitalisasi proses peradilan (M.Faiz Aziz). Dalam transaksi e-commerce juga dijelaskan bahwasannya konsumen dan penjual berada dalam hubungan yang tidak langsung, sehingga terjadi potensi perdamaian yang dapat timbul. Untuk mengatasi masalah ini, diperlukan adanya mekanisme penyelesaian yang efektif dan efisien. Maka dari itu dibawah ini ada cara yang dapat digunakan sebagai mekanisme penyelesaian sengketa yang biasanya disebut sebagai Online Dispute Resolution (ODR), yaitu:

- 1) Arbitrasi Online, sebuah penyelesaian yang Dimana pihak yang mempunyai masalah menunjuk seorang arbiter independen untuk membuat keputusan yang mengikat berdasarkan bukti yang disajikan secara online.
- 2) Mediasi Online, Menggunakan pihak ketiga yang netral untuk membantu pihak-pihak yang bersengketa mencapai kesepakatan secara sukarela melalui diskusi yang difasilitasi secara online.
- 3) Konsiliasi Online, Mirip dengan mediasi, tetapi konsiliator dapat memberikan usulan penyelesaian yang tidak mengikat yang dapat diterima atau ditolak oleh pihak-pihak yang bersengketa.
- 4) Negosiasi Online, Proses di mana pihak yang bermasalah agar berkomunikasi langsung untuk mencapai kesepakatan Bersama melalui platform digital tanpa intervensi pihak ketiga.

- 5) Konsultasi Online, Pihak-pihak yang bersengketa mendapatkan nasihat atau pendapat dari seorang ahli untuk membantu mereka mencapai kesepakatan.

Dari beberapa cara penyelesaian sengketa e-commerce menurut online dispute resolution tersebut bisa kita simpulkan bahwasannya ada banyak cara yang dapat dilakukan untuk menyelesaikan sengketa pada e-commerce. Dan dari hal tersebut, ODR telah menunjukkan beberapa kelebihannya, seperti meningkatkan efisiensi, mengurangi biaya, dan meningkatkan transparansi. Namun, ODR juga memiliki beberapa kelemahan, seperti potensi kekurangan informasi dan kesulitan dalam mengatur proses penyelesaian. Maka dari itu ada alternatif mekanisme penyelesaian sengketa lain pada e-commerce jika dirasakan bahwa metode penyelesaian sengketa dengan online dispute resolution ini kurang efektif, yaitu:

- 1) Melakukan penyelesaian ke *Small Claims Court*, yaitu Pengadilan yang menangani tuntutan dengan jumlah klaim yang relatif kecil. Prosesnya lebih cepat dan biayanya lebih rendah dibandingkan dengan pengadilan umum.
- 2) Menemui *Consumer Protection Agencies*, yaitu Lembaga perlindungan konsumen yang menangani sengketa antara konsumen dan penyedia layanan e-commerce biasanya memiliki prosedur khusus untuk mediasi dan arbitrase.
- 3) Melakukan penyelesaian ke Ombudsman Service, Ombudsman sendiri adalah sebuah lembaga independen yang dapat membantu menyelesaikan sengketa secara informal dan gratis. Mereka sering berperan dalam menangani keluhan konsumen terhadap perusahaan e-commerce.

- 4) Penyelesaian yang biasanya paling sering digunakan yaitu *Internal Dispute Resolution (IDR)*, saat ini sudah banyak platform e-commerce besar memiliki mekanisme penyelesaian sengketa internal, di mana konsumen dapat mengajukan keluhan dan mendapatkan solusi langsung dari penyedia layanan.
- 5) Penyelesaian dengan *Crowdsourced Resolution Platforms*, Beberapa platform menggunakan crowdsourcing untuk penyelesaian sengketa, namun saat ini sudah jarang digunakan karena rata-rata menggunakan IDR. Cara ini menekankan pihak ketiga yang netral (biasanya pengguna lain dari platform) memberikan saran atau keputusan mengenai sengketa.

ODR menjadi mekanisme penyelesaian sengketa yang baik, cepat dan efisien serta juga menghemat biaya. Tetapi terkadang metode yang cepat ini terkadang tidak selalu efektif dalam penyelesaian dalam sebuah sengketa, apalagi sengketa ini mengenai e-commerce. Seperti kita tahu sendiri bahwasannya e-commerce ini sebuah platform jual beli yang cara kerjanya penjual dan pembeli tidak perlu bertemu satu sama lain untuk melakukan sebuah transaksi. Dalam hal ini memang metode ODR lah yang paling efektif. Walaupun terkadang ada beberapa sengketa yang perlu diselesaikan diluar metode ODR, salah satunya yang paling sering digunakan adalah Internal Dispute Resolution yaitu penyelesaian sengketa di mana konsumen dapat mengajukan keluhan dan mendapatkan solusi langsung dari penyedia layanan e-commerce tersebut tanpa melibatkan pihak ketiga sama sekali. Kenapa banyak e-commerce yang menetapkan cara ini? Selain cara ini efektif, platform e-commerce juga menjaga nama baik mereka agar permasalahan atau sengketa yang terjadi tidak diketahui oleh pihak luar atau pihak ketiga tadi. Jadi

permasalahan ini hanya diketahui oleh pihak penjual dan pembeli saja

Kebijakan Dan Regulasi Perlindungan Konsumen Di Indonesia

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Pasal 3 tentang perlindungan konsumen menguraikan tujuan meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen dalam membela haknya. Tujuan ini harus dipertimbangkan saat menerapkan langkah-langkah perlindungan konsumen. Salah satu tujuannya juga untuk memberikan kebebasan kepada konsumen untuk memutuskan sendiri apa yang harus dibeli dan bagaimana menggunakan hak kebebasan itu. Menjaga martabat konsumen dengan melarang dan mendiskriminasi serta mendapatkan akses ke produk dan / atau layanan. Menciptakan kerangka perlindungan konsumen yang jelas dan terbuka, memastikan stabilitas hukum, dan memfasilitasi aksesibilitas informasi adalah semua prioritas yang wajib dipenuhi. Penting juga untuk mengajarkan pelaku usaha tentang prinsip-prinsip perlindungan konsumen untuk mempromosikan perilaku moral dan kewajiban industri. Definisi hukum perlindungan konsumen juga mencakup mendorong kenyamanan, keselamatan, keamanan, dan kesehatan pelanggan serta meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa untuk kelangsungan hidup jangka panjang perusahaan (Fibrianti, 2023).

Beberapa peraturan atau regulasi yang mengatur mengenai perlindungan hukum bagi konsumen dan pelaku usaha antara lain Kitab Undang-Undang Hukum Pidana, yang mengatur mengenai tindak pidana yang dapat dikenakan kepada pihak-pihak yang melanggar adalah :

- 1) Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik mengatur aturan mengenai perlindungan pelaku usaha dan konsumen terkait transaksi yang dilakukan secara elektronik.

- 2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang secara khusus mengatur hak dan tanggung jawab konsumen pelaku usaha, merupakan salah satu peraturan perundang-undangan yang mengatur perlindungan hukum bagi konsumen dan pelaku usaha.
- 3) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 yang mengatur Perdagangan merupakan kerangka hukum lain yang mengatur perlindungan konsumen dan pelaku komersial. Ini mengatur operasi perdagangan secara umum.
- 4) Salah satu pilar hukum yang mengatur interaksi antara pelanggan dan pelaku korporasi, khususnya yang berkaitan dengan kontrak dan kegiatan ilegal, adalah KUH Perdata.
- 5) Salah satu regulasi yang mengatur perlindungan hukum bagi konsumen dan pelaku usaha di industri digital adalah Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 77/POJK.01/2016 tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi.
- 6) Dasar legislasi pengaturan penyelenggaraan perdagangan yang dilakukan secara elektronik, termasuk perlindungan bagi konsumen dan pelaku usaha, adalah Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang penyelenggaraan perdagangan melalui Sistem Elektronik.
- 7) Konsumen dan pelaku usaha yang bergerak di bidang transaksi elektronik, termasuk e-commerce, tunduk pada perlindungan hukum berdasarkan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Akan lebih baik jika kita mengidentifikasi terlebih dahulu beberapa istilah yang diketahui konsumen sebelum masuk ke detail ketentuan UUPK. Istilah "konsumen" mengacu pada setiap individu yang membeli barang atau jasa untuk penggunaan mereka sendiri, kebutuhan keluarga mereka, atau rumah mereka, dan bukan untuk tujuan menjual kembali atau memproduksi barang atau jasa lain. Transaksi konsumen adalah pengalihan kepemilikan atau kenikmatan barang atau jasa dari pemasok ke pembeli (Khotimah, 2016).

Peraturan seperti UUPK dan KUH Perdata sudah ada jauh sebelum digitalisasi dan teknologi maju begitu cepat. Oleh karena itu, UUPK dan KUH Perdata gagal dalam menangani isu-isu baru yang belum ditangani oleh regulasi karena bisnis digital menjadi kenyataan dalam kehidupan masyarakat (Novita & Santoso, 2021). Menurut Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Hak Konsumen, konsumen memiliki kebebasan untuk memilih dan membeli produk dan / atau layanan yang mereka pilih, tunduk pada berbagai biaya pertukaran yang ditetapkan oleh kondisi dan jaminan yang diberikan oleh entitas komersial. Pelanggan berhak atas informasi yang akurat, jujur, dan transparan tentang keadaan barang dan jasa yang akan mereka gunakan atau konsumsi. Dalam hal produk atau layanan tidak memenuhi kualitas yang diklaim, pelanggan berhak atas penggantian atas perbedaan apa pun.

Undang-undang ini juga melindungi hak-hak tambahan bagi konsumen, termasuk kebebasan untuk menyuarakan keprihatinan dan pendapat, kemampuan untuk mencari advokasi dan penyelesaian sengketa, dan hak-hak lain yang dirancang untuk melayani kepentingan mereka dengan sebaik-baiknya. Akibatnya, pelaku usaha memiliki tanggung jawab sebagaimana diuraikan dalam Pasal 7 yang harus mereka junjung tinggi. Salah satu tanggung jawabnya adalah memberikan informasi yang akurat, transparan, dan tidak

menyesatkan kepada pelanggan tentang persyaratan dan jaminan yang berkaitan dengan barang dan/atau layanan yang disediakan. Pelaku usaha juga harus memberikan instruksi yang komprehensif kepada konsumen tentang cara menggunakan, memelihara, dan memperbaiki barang atau jasa apa pun yang telah mereka beli.

Menurut Pasal 8, pelaku usaha tidak diperbolehkan untuk memperdagangkan produk atau jasa yang tidak sesuai dengan klaim atau janji yang mereka buat tentang mereka dalam deskripsi produk, label, iklan, atau promosi penjualan. Selain itu, pelaku usaha juga dilarang menjual produk atau jasa yang tidak sesuai dengan klaim yang dibuat dalam deskripsi produk, iklan, label kemasan, dan materi promosi penjualan lainnya yang berkaitan dengan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan. Untuk menghindari menyesatkan dan menyakiti konsumen, pelaku usaha harus memastikan bahwa produk atau layanan yang mereka perdagangkan sesuai dengan janji atau klaim yang mereka buat pada label, deskripsi, iklan, atau promosi penjualan. Pelaku usaha tidak diperbolehkan memperdagangkan barang yang tidak memenuhi spesifikasi atau informasi yang diberikan dalam iklan atau penawaran penjualan komoditas tersebut, sesuai peraturan perundang-undangan terkait. Sejalan dengan Pasal 4 huruf h UU Perlindungan Konsumen, pembeli berhak atas penggantian produk jika barang dikirim dengan cara yang tidak sesuai dengan deskripsi atau gambar dalam iklan atau penawaran.

Sebaliknya, pelaku usaha diwajibkan pada Pasal 7 huruf g UU Perlindungan Konsumen untuk memberikan kompensasi, ganti rugi, atau penggantian kepada konsumen apabila barang dan/atau jasa yang diterimanya tidak memenuhi ketentuan perjanjian. Untuk melindungi hak-hak mereka, konsumen dapat melakukan tindakan hukum tambahan jika pelaku perusahaan

mengabaikan tanggung jawab mereka. Sederhananya, pelaku usaha memiliki kewajiban untuk mengirimkan produk dan/atau jasa sesuai dengan rincian, spesifikasi, dan perjanjian yang telah disepakati. Jika terdapat disparitas maka nasabah berhak atas reimbursement atau penggantian sesuai dengan ketentuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang relevan..

Pertimbangan hukum berdampak pada penegakan hukum karena hukum yang ditafsirkan sebagai aturan atau hukum akan memiliki keputusan akhir. Aturan yang menjunjung tinggi nilai-nilai keadilan, kepastian, Nilai-nilai keadilan dan kemanfaatan yang terkandung dalam suatu aturan hukum akan lebih mudah ditegakkan apabila sejalan dengan nilai-nilai yang dianut oleh masyarakat setempat. Hal ini sejalan dengan unsur-unsur kearifan lokal yang memiliki pengaruh terhadap penegakan hukum di wilayah tersebut, di mana hukum tersebut diberlakukan dan diterapkan. Ketika hukum diberlakukan, masyarakat dipandang sebagai subjek dan objek. Masyarakat menjadi objek ketika hukum diberlakukan karena masyarakatlah yang dimaksudkan untuk mengatur hukum. Sementara masyarakat harus mematuhi aturan yang berlaku untuk itu, itu juga mempengaruhi unsur-unsur yang memutuskan apakah aturan hukum dapat diberlakukan atau tidak. Masyarakat itu sendiri akan merasa lebih mudah untuk menerapkan dan menegakkan supremasi hukum ketika konsisten dengan pandangan, nilai, dan tujuannya sendiri. Akibatnya, agar undang-undang perlindungan konsumen dapat diterapkan dengan benar, dua langkah perlu diikuti.

Dalam kaitannya membentuk sebuah lembaga, pemerintah telah membentuk Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) dengan landasan Pasal 33 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Mandatnya adalah untuk mengawasi, mengevaluasi, dan

menawarkan rekomendasi kepada pemerintah terkait implementasi kebijakan perlindungan konsumen. Selain itu, BPKN terlibat dalam menerima pengaduan dari pelanggan dan membantu pelanggan dan pelaku usaha menyelesaikan sengketa. Lembaga Perlindungan Konsumen Non Masyarakat (LPKSM) telah ada selain BPKN, sesuai Pasal 44 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Fungsinya sebagai platform bagi masyarakat untuk mengadvokasi hak-hak konsumen. Pengaduan konsumen dapat diarahkan kepada LPKSM, yang juga dapat melakukan penelitian dan membawa tindakan hukum terhadap perusahaan yang menimbulkan kerugian bagi pelanggan. Selain itu, LPKSM mengadvokasi konsumen yang menderita kerugian dan mengajarkan masyarakat tentang hak-hak mereka.

Selain peraturan yang ditetapkan pemerintah, asosiasi-asosiasi e-commerce di Indonesia juga mempunyai kode etik dan standar praktik terbaik yang wajib dipatuhi oleh anggotanya guna melindungi kepentingan konsumen. Sebagai contoh, Asosiasi E-Commerce Indonesia (idEA) memiliki Kode Etik E-Commerce Indonesia. Dalam upaya meningkatkan perlindungan konsumen pada transaksi e-commerce, pemerintah Indonesia juga menjalin hubungan bilateral dengan negara-negara lain di kawasan ASEAN. Pada tahun 2019, ASEAN menyepakati Pedoman Perlindungan Konsumen untuk E-Commerce yang ditujukan untuk menyeragamkan standar perlindungan konsumen di wilayah ASEAN.

Salah satu tantangan dalam perlindungan konsumen di era digital adalah masalah lintas yurisdiksi. Jika pelaku usaha e-commerce beroperasi di luar wilayah Indonesia, penegakan hukum menjadi lebih sulit. Oleh karena itu, kerja sama internasional dan harmonisasi regulasi menjadi sangat penting. Meskipun perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce diatur oleh aturan, sosialisasi

dan penegakan hukum masih memerlukan perbaikan. Untuk melindungi hak-hak mereka saat melakukan pembelian online, konsumen juga harus menjadi lebih melek digital dan tetap waspada.

5. Simpulan dan Saran

Dari penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong pertumbuhan transaksi e-commerce di Indonesia. Namun, perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi e-commerce masih belum memadai. Peraturan perundang-undangan yang ada saat ini, seperti Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, dirasa masih memiliki kekurangan dalam mengakomodasi perkembangan teknologi dan bisnis online yang sangat dinamis. Akibatnya, konsumen seringkali mengalami kerugian dalam transaksi e-commerce, seperti adanya penipuan, produk cacat, atau ketidaksesuaian informasi yang diberikan oleh pelaku usaha. Mekanisme penegakan hukum dan penyelesaian sengketa pun masih lemah, sehingga hak-hak konsumen belum dapat terlindungi secara optimal.

Saran yang dapat diberikan pada penelitian ini adalah :

- 1) Perlunya revisi atau pembaruan peraturan perundang-undangan yang mengatur perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce, agar dapat mengakomodasi perkembangan teknologi dan bisnis online.
- 2) Meningkatkan edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat mengenai hak-hak konsumen dan risiko dalam transaksi e-commerce.
- 3) Memperkuat mekanisme pengawasan dan penegakan hukum terhadap pelaku usaha yang melanggar hak-hak konsumen.
- 4) Menyediakan saluran atau mekanisme penyelesaian sengketa

yang cepat, efisien, dan terjangkau bagi konsumen yang dirugikan dalam transaksi e-commerce.

- 5) Meningkatkan kerja sama antara pemerintah, pelaku usaha, dan lembaga perlindungan konsumen dalam menjamin perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi.

Daftar Pustaka

- Ariesti, I. G. A. T. A., & Senastri, N. M. J. (2023). Legal Protection of Consumers in Online Transactions (E-Commerce), *1*(5), 601–606. http://doi.org/10.2991/978-2-38476-180-7_64
- Rahman, I., Sahrul, Mayasari, R. E., Nurapriyanti, T., & Yuliana. (2023). Hukum Perlindungan Konsumen di Era E-Commerce: Menavigasi Tantangan Perlindungan Konsumen dalam Lingkungan Perdagangan Digital. *Jurnal Hukum Dan HAM Wara Sains*, *2*(08), 704–712. <http://doi.org/10.58812/jhhws.v2i08.605>
- Rusmawati, D. E. (2015). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce. *FIAT JUSTISIA: Jurnal Ilmu Hukum*, *7*(2), 193–201. <http://doi.org/10.25041/fiatjustisia.v7no2.378>
- Erick, I. P. P. S., Budiarta, I. N. P., & Karma, N. made S. (2019). Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Jual Beli Barang Melalui E - Commerce. *Jurnal Analogi Hukum*, *1*(2), 239–243.
- Putra, S. (2015). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Melalui E-Commerce. *Jurnal Ilmu Hukum*, *5*(2), 197. <http://doi.org/10.30652/jih.v4i2.2794>

- Perkasa, R. E., P, N. S., & Turisno, B. E. (2016). konsumen terhadap transaksi internet , saranaelektronik dapat pula Undang - Undang Hukum Pidana . – undang tentang Informasi dan terdapat dua hal penting , yakni. *Aspek – Aspek Pidana Di Bidang Komputer*, 5(7), 1–13.
- Sulistianingsih, D., Utami, M. D., & Adhi, Y. P. (2023). Perlindungan Hukum bagi Konsumendalam Transaksi E-commerce sebagai Tantangan Bisnis di Era Global. *Jurnal Mercatoria*, 16(2), 119–128. <http://doi.org/10.31289/mercatoria.v16i2.8042>
- Fibrianti, N. (2023). Konsumen Indonesia : Dilindungi dan Melindungi. *Jurnal Hukum Progresif*, 71-81.
- Khotimah, A. C. (2016). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Online (E- Commerce). *Business Law Review*, 14-20.
- Novita, D. Y., & Santoso, B. (2021). Urgensi Pembaharuan Regulasi Perlindungan Konsumen di Era Bisnis Digital. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 46-58.
- Sunggono, B. (2016). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Vindi Mayce, S., Riski Ramadani, R., Nuvia Cahyani, R., & Anataya, T. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Melalui E-Commerce. *PLEDOI (Jurnal Hukum Dan Keadilan)*, 2(1), 1–11.