**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM TRANSAKSI**

**E-COMMERCE**

Muhamad Richzan Fauzi

Fakultas Hukum Universitas Pamulang

*Email:**Ichanfauzi9@gmail.com*

**ABSTRAK**

E-commerce itu sendiri merupakan suatu proses perdagangan yang memiliki karakteristik sendiri dimana suatu perdagangan yang dapat melintasi batas Negara, bahkan tidak bertemunya antara sipenjual dan pembeli, dengan menggunakan media internet sebagai fasilitator. Situasi tersebut dalam satu sisi cukup menguntungkan pihak konsumen,kaerena memiliki banyak cara yang diplih untuk mendapatkan barang atau jasa akan tetapi dilihat dari sisi lain banyak kita lihat pelanggaran hak sebagai konsumen yang terjadi dalam e-commerce yang memang mempunyai karakteristik tersendiri. Oleh karena itu bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi e-commerce sangat diperlukan. Perlindungan hukum pada pelaku bisnis baik penjual jasa atau barang juga konsumen diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan pembungkus proses terjadinya hal tersebut dalam transaksi dunia maya kita sebut ecommerce memiliki aturan juga yaitu dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Metodologi dalam penelitian ini menggunakan normative, untuk normatif sendiri hal ini dibahas berdasarkan undang-undang yang diaplikasikan langsung kepada masyarakat umum. Berdasarkan hal-hal tersebut dapat disimpulkan bahwa pertama, Undang-undang nomor 8 tahun 1999 dan Undang-undang nomor 11 tahun 2008 dapat melindungi dan memberikan aturan main dalam dunia bisnis online secara gamblang. kedua, dapat mengatur dari sisi konsumen maupun pelaku bisnis.

Kata Kunci : Perlindungan Konsumen, Konsumen, Transaksi Elektronik.

***ABSTRACT***

*E-commerce itself is a trade process that has its own characteristics where a trade that can cross the borders of the State, not even meeting between seller and buyer, using the internet as a facilitator. The situation is in one way quite beneficial to the consumer, because kaerena have many ways diplih to get the goods or services but viewed from the other side we see many rights violations as consumers that occur in e-commerce that does have its own characteristics. Therefore, the form of legal protection against consumers in ecommerce transactions is necessary. Legal protection for business actor either seller of service or consumer goods is also regulated in Law Number 8 Year 1999 About Consumer Protection and wrapping process of happening it in cyberspace transaction we call ecommerce have rules also that is in Law Number 11 Year 2008 About Information and Electronic Transactions. The methodology in this study using normative but the author adds a little approach through empirical to the normative self-author discussed based on the law applied directly to the general public. Based on these matters the authors conclude that first, Law number 8 of 1999 and Act number 11 of 2008 can protect and give the rules of the game in the world of online business clearly. Secondly, can manage from the consumer side or the perpetrator business.*

*Keyword : Consumer Protection, Consumer, E-Commerce transaction.*

**PENDAHULUAN**

**Latar Belakang Masalah**

Tekhnologi internet mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap perekonomian dunia. Internet membawa perekonomian dunia memasuki babak baru yang lebih populer dengan istilah digital economics atau perekonomoan digital. Internet bukan lagi suatu hal yang baru dalam fase pertumbuhan dan perkembangan teknologi. Perkembangan teknologi yang sangat pesat ini telah membawa banyak perubahan bagi pola kehidupan sebagian masyarakat Indonesia. Pola kehidupan tersebut terjadi hampir di semua bidang, baik sosial, budaya, perdagangan dan bidang lainnya. Dalam bidang perdagangan, internet mulai banyak dimanfaatkan sebagai media aktivitas bisnis terutama karena kontribusinya terhadap efisiensi.[[1]](#footnote-1)

E-commerce pada prinsipnya merupakan bisnis dengan kegiatan bisnis tanpa warkat (paperless trading). ecommerce juga sering diartikan sebagai suatu transaksi jual beli atas suatu produk barang, jasa atau informasi antar mitra bisnis dengan memakai jaringan computer yang berbasiskan kepada internet. Suatu kegiatan e-ommerce dilakukan dengan orientasi-orientasi sebagai berikut:

1. Pembelian on line (on-line transaction)
2. Komunikasi digital (digital communication), yaitu suatu komunikasi secara elektronik.
3. Penyediaan jasa (service), yang menyediakan informasi tentang kualitas produk dan informasi instan terkini.
4. Proses bisnis, yang merupakan sistem dengan sasaran untuk meningkatkan otomatisasi proses bisnis.
5. Market of one, yang memungkinkan proses customization produk dan jasa untuk diadaptasikan pada kebutuhan bisnis.

Teknologi informasi atau information technology (IT) telah mengubah masyarakat, telah menciptakan jenis-jenis dan peluang-peluang bisnis yang baru, serta menciptakan jenis pekerjaan dan karier baru dalam pekerjaan manusia. [[2]](#footnote-2)Salah satu bagian yang paling berkembang pesat dari bidang teknologi informasi adalah internet (interconnection networking), yang pada awalnya diciptakan sebagai saluran swasta untuk kepentingan kegiatan penelitian dan akademis, Internet sekarang lebih banyak dieksploitasi oleh bisnis untuk berbagai macam pelayanan komersial.

Ada juga yang berpendapat, hukum perlindungan konsumen merupakan bagian dari hukum konsumen yang lebih luas itu. Az. Nasution, misalnya berpendapat hukum perlindungan konsumen merupakan bagian dari hukum konsumen yang memuat azas-azas atau kaidah-kaidah bersifat mengatur, dan juga mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen. Adapun hukum konsumen diartikan sebagai keseluruhan azas-azas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain berkaitan dengan barang dan atau jasa konsumen, di dalam pergaulan hidup[[3]](#footnote-3)

Mengenai masalah penyelesaian sengketa dalam transaksi elektronik memiliki kecenderungan memilih forum arbitrase. Hal ini untuk menjaga reputasi para pihak yang bersengketa karena putusan forum arbitrase bersifat final dan mengikat serta dianggap sesuai dengan semboyan transaksi elektronik yaitu murah, efisien dan praktis sebagaimana dikemukakan Ester Dwi Maghfirah dalam tulisannya berjudul Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Elektronik, Pada bagian Penjelasan UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik disebutkan bahwa Pemerintah mendukung pengembangan Teknologi Informasi melalui infrastruktur hukum dan pengaturannya, sehingga pemanfaatan Teknologi Informasi dilakukan secara aman untuk mencegah penyalahgunaannya dengan memperhatikan nilai agama dan sosial budaya Indonesia, dalam undang-undang ini menjelaskan tentang transaksi elektronik dan penyelesaian sengketa.

Bentuk perdagangan ini juga dapat mengakibatkan kerugian pada konsumen, hal ini disebabkan oleh adanya beberapa perjanjian yang menyatakan pengalihan tanggung jawab pelaku usaha. Selain itu, masih lemahnya perlindungan hukum pada perdagangan elektronik, atas dasar tersebut diperlukan jaminan keamanan perdagangan elektronik untuk menumbuhkan kepercayaan, terutama pada pihak konsumen, bisnis yang demikian tentu saja akan dihadapkan dengan berbagai masalah perlindungan konsumen, khususnya keabsahan transaksi yang menggunakan media elektronik.

Teknologi internet mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap perekonomian dunia. Internet membawa perekonomian dunia memasuki babak baru yang lebih populer dengan istilah digital economic atau perekonomian digital. Makin banyak kegiatan perekonomian dilakukan melalui media internet, misalnya perdagangan yang semakin banyak mengandalkan e-commerce sebagai media transaksi. Berdasarkan uraian ini, maka dapat dikatakan bahwa penting sekali untuk mengemukakan perlindungan terhadap transaksi elektronik sehingga perlu dilakukan kajian yang bertujuan untuk mengetahui perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik.

**Rumusan Masalah**

Dalam Latar Belakang diatas dapat disimpulkan bahwa perumusan masalah dalam penelitian ini adalah Apakah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang perlindungan Konsumen dan Undang-Undang nomor 11 tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dapat melindungi konsumen dalam melakukan transaksi e-commerce Selanjutnya dalam masalah apa yang timbul dalam transaksi ecommerce terkait perlindungan konsumen bagaimana mengatasi hal tersebut ?

**METODE PENELITIAN**

Metode penelitian sebagai cara efektif dalam mencari kebenaran ilmiah pada dasarnya penulis kemukakan mengenai aspek metode yang meliputi cara berpikir untuk mencari tujuan. Dalam penyajian metode jenis penelitian yakni penelitian pengembangan dengan metode deskriptif. Selanjutnya metode pendekatan yang penulis gunakan yakni penelitian hukum normatif yaitu penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder. Bahan-bahan hukum tersebut disusun secara sistematis, dikaji kemudian ditarik suatu kesimpulan dalam hubungannya dengan masalah yang diteliti.

Dalam suatu penelitian harus diungkapkan jenis data yang digunakan adalah jenis data sekunder dimana data yang diperoleh dari sumber yang sifat datanya sudah didokumentasikan oleh pihak lain. Pengumpulan data untuk penelitian hukum normatif, penunlis gunakan dengan metode kajian kepustakaan. Dalam hal ini penulis harus jeli dan tepat untuk menemukan data yang terdapat baik dalam peraturan perundangundangan maupun dalam literatur yang memiliki hubungan dengan permasalahan yang penulis teliti. Peneliti melakukan pengolahan data dengan cara kualitatif yaitu suatu metode analisis data yang tidak menampilkan angka-angka sebagai hasil penelitiannya melainkan disajikan dalam bentuk pembahasan dengan uraian kalimat-kalimat dan dipaparkan dalam bentuk tulisan.

**PEMBAHASAN**

**Konsumen**

Istilah konsumen berasal dan alih bahasa dari kata consumer (*Inggris-Amerika*) atau consument/konsument *(Belanda).* Secara harfiah arti kata consumer adalah (lawan dari produsen), setiap orang yang menggunakan barang. Tujuan penggunaan barang dan jasa ini nanti menentukan termasuk konsumen kelompok mana pengguna tersebut. Begitu pula *Kamus Bahasa Inggris-Indonesia*, memberi arti kata consumer sebagai pemakai atau konsumen.[[4]](#footnote-4)

Bisnis identik dengan adanya customer, hal ini adalah bagian dari interaksi dalam menjalankan kegiatan perekonomian atau bisnis dan biasanya disebut dengan konsumen, yaitu penikmat produk yang dihasilkan oleh pebisnis atau pelaku usaha. [[5]](#footnote-5)Setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk lain, dan tidak untuk diperdagangkan.[[6]](#footnote-6)

Undang-Undang Perlindungan Konsumen menjelaskan bahwa pengertian konsumen dapat dibagi menjadi tiga bagian yaitu:

1. Konsumen dalam arti umum yaitu pemakai, pengguna dan/atau pemanfaatan barang dan/atau jasa untuk tujuan tertentu.
2. Konsumen antara, yaitu pemakai, pengguna dan/atau pemanfaatan barang dan/jasa untuk diproduksi menjadi barang/jasa lain atau untuk memperdagangkannya, dengan tujuan komersial. Konsumen ini sama dengan pelaku usaha.
3. Konsumen akhir, yaitu pemakai, pengguna, dan/atau pemanfaatan barang dan/atau jasa konsumen untuk memenuhi kebutuhan diri sendiri, keluarga atau rumah tangga tidak untuk diperdagangkan kembali.[[7]](#footnote-7)

Pengertian transaksi e-commerce secara umum yaitu suatu transaksi jual beli atas suatu produk barang, jasa atau informasi antarmitra bisnis dengan memakai jaringan computer yang berbasiskan kepada internet. Berdasarkan pasal 1 ayat (17) rancangan undang-undang tentang pemanfaatan teknologi informasi, “kontrak elektronik adalah perjanjian yang dimuat dalam dokumen elektronik yang dituangkan dengan kontrak elektronik mengikat dan memiliki kekuatan hukum sebagai suatu perikatan”. Dari pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa perjanjian secara elektronik adalah kesepakatan antara kedua belah pihak yang dilakukan secara elektronik, dimana para pihak dalam melaksanakan perjanjian tidak memerlukan tatap muka secara langsung.

Persoalan transaksi e-commerce sangatlah berkaitan dengan perjanjian hal ini berkenaan dengan banyak digunkannya perjanjian baku didunia bisnis,maka sudah sepatutnya kita menetukan perjanjian apakah yang baku untuk hukum perjanjiaan dalam transaksi e-commerce. Biasanya dalam mengenai pencamtuman klausal eksenorasi. Klausal eksenorasi adalah syarat yang secara khusus membebaskan pengusaha dari tanggung jawab terhadap akibat yang merugikan yang timbul dari pelaksanaan perjanjian. Menurut Abdulkadir Muhammad, klausala eksenorasi mempunyai tujuan utama yaitu mencegah pihak konsomen merugikan kepentingan pengusaha karena dalam hubungan ekonomi dikatakan bahwa pembeli adalah raja, sebagai raja konsumen dapat berbuat semaunya sehingga merugikan pengusaha. Pengusaha mencoba menghindari kemungkinan timbulnya kerugian dengan menciptakan syarat baku yang disebut eksenorasi.[[8]](#footnote-8)

**Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Belum Dapat Melindungi Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce**

 UUPK belum dapat melindungai konsumen dalam transaksi e-commerce karena ketentuan–ketentuan yang tercantum dalam UUPK belum mengakomodir hak-hak konsumen dalam transaksi e-commerce. Hal tersebut dikarenakan ecommerce mempunyai karakteristik tersendiri dibandingan dengan transaksikonvensional. Karakteristik tersebut adalah tidak bertemunya penjual dan pembeli, media yang digunakan adalah internet, transaksi dapat terjadi melintasi batas-batas yuridis suatu negara, barang yang diperjualbelikan dapat berupa barang/jasa atau produk digital seperti software.

Hak-hak konsumen di Indonesia diakomodir dalam Pasal 4 UUPK, yaitu:

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.
2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut 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 yang digunakan.
5. Hak untuk mendapatkan 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 dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.
9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Berdasarkan hasil penelitian, pada transaksi e-commerce hak-hakkonsumen sangat riskan sekali untuk dilanggar, dalam hal ini konsumen tidak mendapatkan hak-haknya secara penuh dalam transaksi e-commerce. Hak-hak tersebut antara lain:

1. Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa. Hal ini dikarenakan para konsumen tidak langsung mengidentifikasi, melihat dan menyentuh barang yang akan dipesan lewat internet, sebagaimana yang biasa terjadi dalam transaksi tatap muka di pasar. Selain itu hak untuk mendapatkan keamanan dalam bertransaksi e commrce sangatlah kurang, tidak ada jaminan keamanan data, nomor kartu kredit, password yang memadai yang diberikan oleh merchant yang berada di Indonesia, seperti teknik kriptograpy, SSL dan SET. Berbeda dengan mercahnt yang berada di luar negeri seperti Amazon.com yang menjamin kemanan konsumen dalam bertransaksi dengan metode SSL (*Secure Socet Layer*). Atau belum adanya lembaga penjamin (*Certification Authority*) untuk keabsahan suatu toko online,sehingga kenyamanan, keamanan konsumen dalam bertransaksi belum terjamin.
2. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi suatu barang. Hal ini dikarenakan pelaku usaha dan konsumen tidak bertemu secara langsung dan komunikasi terjadi jika konsumen tersebut aktif bertanya kepada pelaku usaha. Dalam hal ini informasi mengenai produk sangatlah kurang sekali karena dalam melakukan penawarannya merchant hanya menampilkan deskripsi produk dan gambar produk pada websitenya saja. Ada barang yang diperjualbelikan di internet membutuhkan lebih dari sekedar deskripsi produk, contohnya parfum yang harus dicoba terlebih dahulu sebelum membelinya.
3. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan jasa yang digunakan. Karena penjual dan pembeli tidak bertemu secara langsung maka komunikasi terjadi melalui e-mail ataupu telepon dan atau toko online yang tidak mencantumkan alamat di dunia nyata dengan jelas sehingga sangat sulit konsumen dalam menyampaikan keluhan. Walaupun ada toko online yang menyediakan cara berkomunikasi dengannya untuk menanyakan hal-hal yang dianggap kurang jelas ataupun komplain terhadap produk yang dibelinya. Selain itu juga sangat sulit untuk menuntut pelaku usaha di dunia maya.
4. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut. Seperti yang terjadi pada responden yang tidak dikirim barang pesananya oleh merchant yang berada di luar negeri sangat sulit untuk menuntut merchant tersebut. Hal tersebut dikarenakan letaknya jauh di luar negeri dan tidak jelasnya mekanisme penyelesaian dalam transaksi e-commerce, karena transaksi ini melewati batas-batas suatu negara, jadi untuk menentukan hukum mana yang dipilih tidak mudah. Hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang jelas mengenai identitas perusahaan milik pelaku usaha dalam transaksi sangat diperlukan, seperti alamat jelas di dunia nyata dan nama pemilik toko online. Hak tersebut kurang dapat direalisasikan dalam transaksi e commerce, karena pada website pelaku usaha sering kali tidak dicantumkan alamat lengkap perusahaan di dunia nyata, biasanya yang ditampilkan pada website hanya nomor telephone dan alamat e-mail. Hal ini tentu sangat merugikan bagi konsumen jika dalam bertransaksi terjadi suatu permasalahan, seperti barang yang dikirim tidak sesuai dengan barang yang dipesan, barang yang dipesan belum sampai di tangan konsumen tepat pada waktunya. Sehingga konsumen akan kesulitan jika akan komplain pada pelaku usaha. Selain itu konsumen tidak mengetahui dengan jelas dengan siapa dia bertransaksi.

Hak lain yang sangat penting tetapi kurang dapat direalisasikan dalamtransaksi e-commerce adalah hak akan jaminan kerahasiaan data-data pribadi milik konsumen oleh pelaku usaha, hak tersebut belum terakomodir di dalam UUPK. Jaminan akan kerahasiaan data sangat penting untuk dijaga oleh pelaku usaha demi keaman dan kenyamanan konsumen dalam bertransaksi, karena jika pelaku usaha tersebut bertindak curang, maka data pribadi tersebut dapat diperjual belikan kepada pihak lain untuk kepantingan promosi.

Apabila diperhatikan, hak-hak konsumen yang secara normatif diaturoleh UUPK terkesan hanya terbatas pada aktivitas perdagangan yang bersifatnya konvensional. Di samping itu perlindungan difokuskan hanya pada sisi konsumen serta sisi produk yang diperdagangkan sedangkan perlindungan dari sisi pelaku usaha seperti informasi tentang identitas perusahaan pelaku usaha serta jaminan kerahasiaan data-data milik konsumen belum diakomodir oleh UUPK, padahal hak–hak tersebut sangat penting untuk diatur untuk keaman konsumen dalam bertransaksi.

Keterbatasan UUPK untuk melindungi konsumen dalam bertransaksi e commerce juga tampak pada terbatasnya ruang lingkup pengertian pelaku usaha. Pasal 1 ayat (3) undang-undang ini menyebutkan, yang dimaksud dengan pelaku usaha adalah “*Setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badanhukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi*”.

Sedangkan menurut penjelasan pasal 1 ayat (3) UUPK, yang termasuk dalam pelaku usaha adalah “pelaku usaha yang termasuk dalam pengertian ini adalah perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importir, pedagang, distributor, dan lain-lain. Melihat pengertian di atas sangatlah sempit sekali ruang lingkup pengertian pelaku usaha yang diatur oleh UUPK, dimana pelaku usaha yang diatur dalam undang undang ini adalah pelaku usaha yang wilayah kerjanya di wilayah negara Republik Indonesia. Padahal jika dilihat dari karakteristik e-commerce, salah satunya adalah perdagangan yang melintasi batas-batas negara maka pengertian pelaku usaha dalam UUPK ini tidak dapat menjangkau jika pelaku usaha tersebut tidak berada di wilayah negara Republik Indonesia. Akan tetapi UUPK tetap masih menjangkau pelaku usaha toko online yang melakukan usahanya di wilayah negara Republik Indonesia.

**Perlindungan Hukum Yang Seharusnya Diatur Dalam Transaksi E-Commerce**

Ada 4 (empat) materi yang perlu diatur dalam rangka perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi e-commerce, yaitu:

1. Perlindungan Hukum dari Sisi Pelaku Usaha
2. Di mana dalam hal ini pelaku usaha berkewajiban mencantumkan identitas dalam website, berdasarkan hasil penelitian terhadap pelaku usaha toko online, didapatkan toko online yang hanya memasang nomor telepon dan alamat email saja tanpa mencantumkan alamat jelas dari pelaku saha maupun identitas lainnya. Diharapakan dengan pencantuman identitas ini dapan menjamin kepastian hukum bagi konsumen yang bertransaksi
3. Di mana dalam hal ini pelaku usaha berkewajiban mencantumkan identitas dalam website, berdasarkan hasil penelitian terhadap pelakuusaha toko online, didapatkan toko online yang hanya memasang nomor telepon dan alamat email saja tanpa mencantumkan alamat jelas dari pelaku saha maupun identitas lainnya. Diharapakan dengan pencantuman identitas ini dapan menjamin kepastian hukum bagi konsumen yang bertransaksi
4. Perlindungan Hukum dari Sisi Konsumen

Adanya jaminan perlindungan kerahasiaan data-data pribadi konsumen, karena data-data pribadi tersebut jika tidak dijaga kerahasiaannya oleh pelaku usaha dapat diperjual belikan oleh pihak lain untuk kepentingan promosi.

1. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dari Sisi Produk

Dalam menawarkan produknya, pelaku usaha diwajibkan untuk :

1. Memberikan informasi yang jelas dan lengkap mengenai produk yang ditawarkan sehingga konsumen tidak disesatkan terutama informasi yang sifatnya mendasar (kualitas produk apakah asli, imitasi, baru, bekas, jenis produk, ukuran) disamping informasi-informasi lain yang relevan seperti keunggulan produk. Hal ini sangat penting untuk membantu konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli atau tidak. Berdasarkan hasil penelitian untuk pelaku usaha di Indonesia dalam mendeskripsikan produk sangat minim informasi, hanya menyebutkan harga dan penjelasan sedikit mengenai produk. Sedangkan untuk pelaku usaha di luar negeri sangat jelas menginformasikan mengenai produknya dan mencantumkan rating poll untuk kualitas produk tersebut, seperti yang dilakukan Amazon.com.
2. Informasi produk mengenai produk harus diberikan melalui bahasa yang mudah dimengerti dan tidak menimbulkan penafsiran lain. Dalam hal ini mengingat e-commerce merupakan perdagangan yang melintasi batas negara dan pelaku usaha bisa darimana saja maka untuk penggunaan bahasa disesuaikan dengan negara asal pelaku usaha tersebut. Jadi dalam hal ini menuntut konsumen dalam bertransaksi dengan pelaku usaha yang bahasanya dapat dipahaminya.
3. Memberikan jaminan bahwa produk yang ditawarkan aman atau nyaman untuk dikonsumsi atau dipergunakan
4. Memberi jaminan bahwa produk yang ditawarkan sesuai dengan apa yang dipromosikan oleh pelaku usaha.
5. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dari Sisi Transaksi.

Tidak semua konsumen paham akan cara bertransaksi melalui media internet sehingga dalam hal ini pelaku usaha perlu mencantumkan dengan jelas dan lengkap mengenai mekanisme transaksi serta hal – hal lain berkenaan dengan transaksi, seperti:

1. Syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh konsumen dalam melakukan transaksi, dalam hal ini konsumen diharuskan memenuhi persyaratan persyaratan yang harus dipenuhi seperti mengisi data pribadi dan alamat lengkap pada form yang ada pada website pelaku usaha. Hal ini dilakukan untuk data administrasi dan untuk mengetahui kredibilitas seorang konsumen.
2. Kesempatan bagi konsumen untuk mengkaji ulang transaksi yang akan dilakukannya, hal ini dimaksudkan untuk menghindari kesalahan yang dibuat oleh konsumen. Berdasarkan penelitian pada toko online ada fasilitas cancel order atau batal atau *I don’Agree* yang dapat diklik oleh konsumen jika tidak ingin melanjutkan transaksi atau membatalkan transaksi.
3. Harga dari produk yang ditawarkan, apakah sudah termasuk ongkos kirim atau belum. Biasanya pelaku usaha toko online menambahkan biaya tersendiri untuk pengiriman barang. Jadi harga produk yang tercantum dalam website pelaku usaha belum termasuk biaya pengiriman.
4. Harga dari produk yang ditawarkan, apakah sudah termasuk ongkos kirim atau belum. Biasanya pelaku usaha toko online menambahkan biaya tersendiri untuk pengiriman barang. Jadi harga produk yang tercantum dalam website pelaku usaha belum termasuk biaya pengiriman ataupun barang tersebut cacat produksi. Sehingga konsumen dapat mengembalikan barang tersebut sesuai dengan mekanisme yang telah ditentukan oleh pelaku usaha dan konsumen mendapatkan barang yang baru lagi.
5. Mekanisme penyelesaian sengketa, hal ini sangat penting diinformasikan dengan jelas oleh pelaku usaha kepada konsumen, karena tidak selamanya suatu transaksi berjalan dengan lancar, adakalanya sengketa antar pelaku usaha dengan konsumen terjadi. Sehingga perlu diatur dengan jelas mengenai mekanisme penyelesaian sengketa. Berdasarkan penelitian pelaku usaha di Indoneisa tidak mencantumkan mekanisme penyelesaian sengketa. Sehingga tidak ada kepastian hukum dalam meyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dengan konsumen.
6. Pelaku usaha harus menyediakan suatu rekaman transaksi yang setiap saat bisa diakses oleh konsumen yang didalamnya berkaitan dengan transaksi yang telah atau sedang dilakukan oleh konsumen. Rekaman transaksi ini dapat dijadikan suatu bukti di persidangan jika terjadi sengketa antara pelaku usaha dan konsumen. Berdasarkan hasil penelitian, merchant gudangpc dan mybutik.com memiliki fasilitas History transaction, dimana fasilitas ini dapat mengetahui transaksi yang telah atau sedang dilakukan oleh konsumen.
7. Pelaku usaha harus menyediakan suatu rekaman transaksi yang setiap saat bisa diakses oleh konsumen yang didalamnya berkaitan dengan transaksi yang telah atau sedang dilakukan oleh konsumen. Rekaman transaksi ini dapat dijadikan suatu bukti di persidangan jika terjadi sengketa antara pelaku usaha dan konsumen. Berdasarkan hasil penelitian, merchant gudangpc dan mybutik.com memiliki fasilitas History transaction, dimana fasilitas ini dapat mengetahui transaksi yang telah atau sedang dilakukan oleh konsumen.
8. Bagaimana mekanisme pengiriman barang, mekanisme pengiriman barang perlu diketahui dengan jelas olehkonsumen, karena disini konsumen akan memilih dengan cara apa barang pesanannya dikirim, melalui kurir, jasa pengiriman atau *Cash On Delivery* (COD).

**PENUTUPAN**

Perlindungan konsumen terhadap tindakan wanprestasi pelaku usaha dalam transaksi e-commerce, khususnya dalam hal pengaturan tentang perlindungan konsumen terhadap tindakan wanprestasi pelaku usaha masih perlu dibenahi lagi. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 belum dapat melindungi konsumen dalam transaksi e-commerce karena ketentuan-ketentuan yang tercantum dalam UUPK belum mengakomodir hak hak konsumen dalam transaksi ini. Hal tersebut dikarenakan e-commerce mempunyai karakteristik tersendiri dibandingan dengan transaksi konvensional yaitu tidak bertemunya penjual dan pembeli.

Pada transaksi e-commerce hak-hak konsumen sangat riskan sekali untuk dilanggar. Hak-hak konsumen yang secara normatif diatur oleh UUPK terkesan hanya terbatas pada aktivitas perdagangan yang sifatnya konvensional. Di samping itu perlindungan difokuskan hanya pada sisi konsumen serta sisi produk yang diperdagangkan sedangkan perlindungan dari sisi pelaku usaha seperti informasi tentang identitas perusahaan pelaku usaha serta jaminan kerahasiaan data-data milik konsumen belum diakomodir oleh UUPK, padahal hak-hak tersebut sangat penting untuk diatur untuk keamanan konsumen dalam bertransaksi.

Untuk dapat lebih memberi kepastian hukum dalam transaksi e-commerce sebaiknya selalu diterangkan dengan jelas dalam bentuk transaksi online baik barang maupun jasa tentang klausula yang mengatur tentang perlindungan konsumen dan memberitahukan batasan-batasan untuk konsumen sebagai pembeli barang atau pengguna jasa online tentang kejelasan status hukum jual beli yang dilakukan dalam bentuk apapun baik dalam status hukum sebagai penjual atau pelaku bisnis tersebut atau kita sebagai konsumen itu sendiri agar tercapai suatu sistem bentuk kepastian hukum yang merata adil dan makmur sesuai falsafah dalam undang – undang dan ideology pancasila yang berlaku sebagai acuan hukum di Negara kita. Dalam hal ini pemerintah seharausnya dapat membeikan perlindungan hukum dibatas “konsumen akhir” yang menurut undang - undang tersebut ataupun “konsumen antara” sesuai peraturan perundang-undangan yang ada sekalipun sudah melalui batas wilayah Indonesia atau Negara karena sudah pasti untuk bicara bisnis e-commerce maka merupakan bisnis yang mengglobal diseluruh dunia dan sudah seharusnya pemerintah memberikan dukungan atas kemajuan zaman pada masa ini dimana segalanya hamper mengunakan fasilitas online atau yang serba online ini dengan memperkuat tatanan hukum perundang-undangan yang mengatur transaksi online tersebut.

Baik pihak konsumen atau pun pelaku usaha yang baik berupa pelaku usaha berupa jasa maupun barang – barang hal ini agar dapat lebih memberikan rasa nyaman pada keduanya yaitu pelaku usaha tersebut maupun konsumen tersebut karena pada dasarnya masyarakat berkeinginan untuk memajukan juga kesejahteraan masyarakat salah satunya dengan mengaplikasikan layanan serba online dengan majunya pola piker masyarakat dalam berbisnis maka merupakan babak awal proses kemajuan zaman yang sangat pesat mulai dari sekarang hingga dimasa yang akan datang kelak nanti.

**DAFTAR PUSTAKA**

Riyeke Ustadiyanto, Framework E-Commmerce, ANDI, Yogyakarta, 2001

Sutan Remy Sjahdeini, Hukum Cyber Sistem Pengamanan E-commerce, makalah dalam seminar tentang Peran Penegak Hukum Dalam Kaitannya Dengan Transaksi Perbankan” yang diselenggarakan oleh Bank Mandiri pada hari Kamis, 18 Januari 2001 di Mandiri Club Jakarta

A. Z. Nasution. 1995. Konsumen dan Hukum. Tinjauan Sosial, Ekonomi dan Hukum pada Perlindungan Konsumen Indonesia. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan

A. Z. Nasution, 2014, Hukum Perlindungan Konsumen, Diadit Media,

Santiago, Faisal, 2012, Pengantar Hukum Bisnis, PT. Mitra Wacana Media, Jakarta

Asyhadie, Zaeni, 2014, Hukum Bisnis, Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia, PT Raja Grafindo, Jakarta.

Santiago, Faisal, 2012, Pengantar Hukum Bisnis, PT. Mitra Wacana Media, Jakarta

Abdul Kadir Muhammad,Hukum Perikatan, (Bandung, Citra Aditya Bakti, 1992).

1. Riyeke Ustadiyanto, Framework E-Commmerce, ANDI, Yogyakarta, 2001, hlm. 11 [↑](#footnote-ref-1)
2. Sutan Remy Sjahdeini, Hukum Cyber Sistem Pengamanan E-commerce, makalah dalam seminar tentang Peran Penegak Hukum Dalam Kaitannya Dengan Transaksi Perbankan” yang diselenggarakan oleh Bank Mandiri pada hari Kamis, 18 Januari 2001 di Mandiri Club Jakarta, hlm. 1. [↑](#footnote-ref-2)
3. A. Z. Nasution. 1995. Konsumen dan Hukum. Tinjauan Sosial, Ekonomi dan Hukum pada Perlindungan Konsumen Indonesia. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan. Hlm. 64-65. [↑](#footnote-ref-3)
4. Az.Nasution, 2014, Hukum Perlindungan Konsumen, Diadit Media, Jakarta.hlm. 21. [↑](#footnote-ref-4)
5. Santiago, Faisal, 2012, Pengantar Hukum Bisnis, PT. Mitra Wacana Media, Jakarta. Hlm. 79. [↑](#footnote-ref-5)
6. Asyhadie, Zaeni, 2014, Hukum Bisnis, Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia, PT Raja Grafindo, Jakarta. Hlm 194. [↑](#footnote-ref-6)
7. Santiago, Faisal, 2012, Pengantar Hukum Bisnis, PT. Mitra Wacana Media, Jakarta. Hlm. (79-80). [↑](#footnote-ref-7)
8. Abdul Kadir Muhammad,Hukum Perikatan, (Bandung, Citra Aditya Bakti, 1992). Hlm. 20. [↑](#footnote-ref-8)