

UPAYA HUKUM TERHADAP KONSUMEN YANG MENGALAMI WANPRESTASI DALAM JUAL BELI ONLINE DI TINJAU DARI UNDANG UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN¹

Daniel Tigor Reformanto Tambunan, Muhammad Ichsan Maulana

Fakultas Hukum, Universitas Pamulang

Tigor.daniel21@gmail.com

ABSTRACT:

The purpose of this study is to find out and analyze the forms of default experienced by consumers in buying and selling online as well as legal remedies from consumers who experience default in online buying and selling transactions. This research is classified as normative legal research using statutory and conceptual approaches. The results of this study are the forms of default experienced by consumers in buying and selling online including goods sent not according to specifications, delivery not on time, goods sent defective, and counterfeit goods. As for legal remedies that can be taken by consumers in the event of default in online buying and selling transactions, namely through litigation and non-litigation mechanisms. The development of business law is currently growing very rapidly. In addition to technological developments as well as progress and laws must keep up with the times. In Indonesia, the term deed has begun to develop, which is called an online buying and selling transaction (e-commerce). There is a possibility that it will give rise to legal issues. In relation to consumer protection laws in Indonesia, it has been regulated in Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection. E-commerce transactions make it easy for consumers to carry out sales or purchase activities of goods and services according to the customer's needs at that time. This research will discuss how to protect consumers in e-commerce transactions in brief and how to regulate legal regulations in Indonesia related to consumer protection laws as a means of resolving legal issues related to consumers and businesses.

Keywords: breach of contract, consumer protection, UUPK

PENDAHULUAN

Tumbuh kembangnya sebuah teknologi pada bidang informasi telah merambat pada berbagai sektor kehidupan, tidak terkecuali yaitu sektor ekonomi. Sekarang segala bentuk aktivitas ekonomi bisa dikerjakan atau difasilitasi oleh teknologi. Teknologi berperan sebagai suatu komponen yang memberikan efisiensi dan efektivitas dalam pelaksanaan aktivitas ekonomi. Salah satu sisi aktivitas ekonomi yang terdampak arus perkembangan teknologi adalah pada kegiatan transaksi.

Teknologi pada bidang informasi sudah memberi perubahan cara transaksi serta terbukanya peluang yang baru di dalam menjalankan sebuah transaksi. Melalui kemudahan bertransaksi, akan mengakibatkan pergerakan ekonomi menjadi lebih gesit dan perputaran uang di masyarakat menjadi lebih cepat. Pemanfaatan sebuah teknologi mampu memberi kemudahan yang tidak sedikit kepada masyarakat guna menjalankan sebuah pekerjaan kesehariannya. Seperti misalnya pada sebuah dagang yang sedang menjalankan sebuah transaksinya, bisnis dari seorang pembeli tidak hanya melakukan tatapan langsung dengan seorang penjual seperti pada pasar yang masih tradisional tapi hanya dilalui lewat sebuah media yang berbentuk elektronik serta terhubung dengan online, yang kita kenal dengan istilah internet.

Saat ini pada bidang bisnis sudah terkenal dengan dua model yang bersifat umum, yaitu sebuah bisnis yang bersifat konvensional yang sesuai rujukan pada penilaian sebuah tata cara yang sifatnya masih tradisional, yang dikenal dengan sebuah bisnis yang bersifat klasik, serta bisnis

¹ Kegiatan Penelitian Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Pamulang Tahun Akademik 2022/2023 berdasarkan No Kontrak : 2828-10/C.11/LL.SP KP/UNPAM/XI/2022

modern yang sifatnya kontemporer. Jenis bisnis modern yang marak berkembang di masyarakat yaitu proses jual beli yang dijalankan dengan online. Proses penjualan serta pembelian dengan online adalah sebuah kegiatan yang selalu dijalankan oleh seseorang sebagai sebuah dampak yang sudah berkembang pada dunia teknologi informasi. Penggunaan media elektronik melalui sebuah media internet mampu menjadi jalur pada transaksi yang terbaru yaitu sebuah jawaban atas kemajuan sebuah dagang yang secara nasional serta internasional.

Sebuah internet punya peran menjadi pemandu dalam pertumbuhan transaksi di bidang perdagangan memakai sebuah sarana yang bersifat elektronik atau disebut *electronic commerce (e-commerce)*. *E-commerce* yaitu transaksi perdagangan yang ada pada penjualan serta pembelian melalui ketersediaan sebuah barang serta jasa yang dimuat dalam pelelangan sebuah barang serta jasa, dan pengalihan sebuah hak dengan memakai sebuah media yang bersifat elektronik pada komputer maupun sebuah internet.

E-commerce dibagi melalui dua segmen yaitu *business to business e-commerce* (perdagangan melalui seorang pelaku yang sudah memiliki usaha) dan *business to consumer e-commerce* (perdagangan melalui seorang pelaku yang sudah memiliki usaha dengan seorang konsumen). Kedudukan penjual dan pembeli pada penjualan dalam jual beli online tidak berada pada satu tempat yang sama. Penjual dalam jual beli online, kedudukannya dapat sebagai penjual, *reseller*, atau perantara. Diantara semua penjual pada sistem online tidak semuanya sebagai asli penjual. Ada yang menjadi asli penjual, ada yang menjadi *reseller*, serta ada yang menjadi perantara. *Reseller* adalah penyedia stok barang terlebih dahulu untuk dijual kembali kepada pembeli. Stok barang di dapat dari sebuah produk, dan *reseller* akan membeli kembali dengan banyak atau grosir agar mendapat harga murah. Atau bisa dikatakan *reseller* adalah penjual kembali, dimana *reseller* akan membeli barang kepada konsumen dan menjual kembali barang tersebut kepada konsumen akhir, sementara penjual adalah orang yang menjual langsung barangnya kepada konsumen akhir. Hubungan hukum yang terjadi pada penjual dan *reseller* memiliki sifat yang sama terhadap konsumen akhir pada transaksi jual beli *online*. Sehingga tanggung jawab dari penjual dan *reseller* yaitu sama-sama bertanggung jawab terhadap konsumen yang mengalami kerugian pada transaksi jual beli online.

Saat ini, kemampuan konsumen dalam menggunakan media sosial mengalami peningkatan yang signifikan. Hal ini tentu akan memberi dampak positif dan negatif terhadap arus informasi bukan hanya di Negara Indonesia namun juga sebuah negara yang maju. Dampak positifnya yaitu transaksi bisa berjalan cepat dan efisien sehingga memudahkan konsumen mengakses langsung sedangkan dampak negatif dari penjualan online yaitu tidak sesuai dengan apa yang diterima kepada konsumen dan konsumen tidak melihat nyata barang yang akan dibeli. UU No. 8/1999 mengenai perlindungan dari seorang konsumen (UUPK) tidak mencantumkan secara detail mengenai perlindungan hukum terhadap barang, jasa serta konsumennya. Tidak diaturnya aturan hukum membuat kedudukan konsumen menjadi tidak kuat serta seringkali dirugikan. **(Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasetyo, 2005:5)**

Dengan pesatnya perkembangan zaman, kebutuhan manusia pun semakin meningkat di segala bidang termasuk dalam kebutuhan belanja yang cepat dan mudah bagi sebagian orang yang cukup sibuk sehingga tidak memungkinkan untuk berbelanja di tempat umum (secara langsung/konvensional). Pada saat ini kegiatan berbelanja mengambil peran yang penting dalam hidup manusia khususnya berbelanja online, karena dengan berbelanja online dianggap memudahkan manusia dalam melakukan aktivitas dan juga membantu mengatur pengeluaran. Hal tersebut dapat dilihat dengan meningkatnya jumlah situs jual beli online, baik dalam penjualan barang elektronik, pakaian, dan juga kebutuhan sehari-hari. Keunikan pengaturan tentang e-commerce yaitu pelaku usaha dan konsumen tidak berhubungan secara langsung dan tidak membuat kesepakatan secara langsung.

Aspek ini merupakan kelemahan terutama apabila salah satu pihak melakukan wanprestasi dan mengabaikan hak-hak konsumen sebagaimana sudah diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999. E-commerce merupakan salah satu bentuk transaksi perdagangan yang paling banyak dipengaruhi oleh perkembangan teknologi informasi. Melalui transaksi perdagangan ini konsep pasar tradisional (dimana penjual dan pembeli secara fisik bertemu) berubah menjadi konsep telemarketing (perdagangan jarak jauh melalui internet) e-commerce pun telah mengubah cara konsumen dalam memperoleh produk yang diinginkannya. Hubungan dagang tersebut harus dilandasi dengan perjanjian.

Sehingga hak dan kewajiban para pihak dapat diatur secara tertulis untuk menghindari resiko dikemudian hari. Pada suatu kontrak atau perjanjian harus terpenuhi syarat sahnya perjanjian, yaitu kata sepakat, kecakapan, hal tertentu dan suatu sebab yang halal, hal ini telah ditegaskan dalam Pasal 1320 KUH Perdata. Dengan terpenuhinya empat syarat sahnya perjanjian tersebut, maka suatu perjanjian menjadi sah dan mengikat secara hukum bagi para pihak yang membuatnya. Pada suatu kontrak atau perjanjian, sering terjadi permasalahan wanprestasi dalam

kontrak antara para pihak. Wanprestasi terjadi apabila salah satu pihak dalam perjanjian tidak melaksanakan atau lalai melaksanakan prestasi (kewajiban) yang menjadi objek perjanjian antara mereka dalam kontrak. Pada pelaksanaannya jual beli melalui internet seringkali terjadi masalah yang terkadang diakibatkan oleh kesalahan pembeli maupun penjual. Biasanya persoalan atau permasalahan yang sering dijumpai dalam perjanjian jual beli melalui internet adalah sangat rentan terjadinya wanprestasi. Oleh sebab itu, maka penulis tertarik untuk mengkaji dan mencari pemecahan masalah tersebut dengan mengadakan penelitian yang berjudul: upaya hukum yang dilakukan para pihak apabila terjadi wanprestasi dalam transaksi perjanjian jual beli melalui internet (e-commerce) di Indonesia. (Wati, Gusni, Fahmi Fahmi, and Yetti:2022)

Gaya baru dalam kegiatan jual beli melalui internet memberikan kemudahan bagi para pembeli. Berbeda dengan kegiatan jual beli konvensional pada umumnya yang mengharuskan terjadinya kesepakatan harga disuatu tempat dengan bertatap muka secara langsung, membeli melalui internet dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja. Seiring dengan penggunaan teknologi informasi yang terus menerus meningkat, banyak orang yang memanfaatkan internet sebagai tempat untuk berjualan. Hampir semua orang dapat menjadi pengusaha melalui internet. Public Relations and Communications Manager CupoNation, Olivia Putri menjelaskan dari studi internal pihaknya didapati pertumbuhan pembeli secara online atau online shopper di Indonesia terjadi dalam tiga tahun terakhir. Pada tahun 2016, jumlah pembeli online mencapai 9,6 persen dari jumlah populasi dan meningkat menjadi 10,7 persen pada tahun 2017. Di tahun 2018, jumlah online shopper diperkirakan mencapai 11,9 persen dari total populasi di Indonesia.

Selain berbagai kelebihan dalam bertransaksi online, banyak juga kekurangan jual beli online yang membuat konsumen kecewa. Kegiatan jual beli melalui transaksi online dilakukan oleh penjual dan konsumen tidak bertatap muka secara langsung. Perjanjian transaksi online dilakukan dengan asas kepercayaan dari para pihak, jadi resiko buruk yang terjadi jika penjual melakukan wanprestasi cukup besar. Apabila salah satu pihak tidak melaksanakan hak dan kewajibannya maka perbuatan tersebut dikatakan wanprestasi.

Yang termasuk didalam wanprestasi yaitu :

- (1) tidak melakukan apa yang disanggupi akan dilakukan,
- (2) melaksanakan apa yang dijanjikan tetapi terlambat,
- (3) melaksanakan apa yang dijanjikan, tetapi tidak sebagaimana yang dijanjikan,
- (4) melakukan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukan.

Dari kebanyakan kasus wanprestasi yang dilakukan pelaku usaha misalnya telat mengirimkan barang, salah dalam mengirim produk barang yang dipesan, barang yang dibeli tidak sesuai dengan keterangan informasi yang dijanjikan, kerusakan barang, penipuan, kejahatan, atau juga pelaku usaha yang dengan sengaja berniat untuk tidak memenuhi kewajibannya. Kejadian seperti ini berujung pada kekecewaan konsumen yang tidak menindaklanjuti dengan menuntut ganti rugi. Hal ini tidak terlepas karena ketidaktahuan konsumen tentang hak-haknya. Berdasarkan data YLKI, konsumen kerap mengeluhkan lambatnya respon komplain (44%), belum diterimanya barang (36%), sistem merugikan (20%), tidak diberikannya refund (17%), dugaan penipuan (11%), barang yang dibeli tidak sesuai (9%), dugaan kejahatan siber (8%). Adapula keluhan mengenai cacat produk (6%), pelayanan (2%), harga (1%), informasi (1%), dan terlambatnya penerimaan barang (1%).² Resiko penipuan yang sangat rawan karena tidak adanya jaminan keamanan khususnya ketika melakukan pembayaran melalui transfer rekening. Hal ini membuat kedudukan konsumen lemah. Apalagi status subjek hukum para penjual online yang tidak jelas menyebabkan mereka mudah melakukan wanprestasi. Banyaknya pembeli yang merasa dirugikan tetapi tidak menuntut dan tidak meminta tanggung jawab dari pemilik online shop. Dalam berbagai kasus, pembeli pasrah dengan ketidakpuasan dalam bertransaksi online dikarenakan pelaku usaha online shop yang tidak dapat bertanggung jawab. (Nurfajri:2019)

Berdasarkan pada hal di atas, maka permasalahan utama yang diangkat dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut "UPAYA HUKUM TERHADAP KONSUMEN YANG MENGALAMI WANPRESTASI DALAM JUAL BELI ONLINE DI TINJAU DARI UNDANG UNDANG NO 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN".

PERMASALAHAN

Berdasarkan latar belakang, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut; **pertama** Bagaimana upaya hukum terhadap konsumen yang mengalami wanprestasi dalam jual beli online berdasarkan undang-undang perlindungan konsumen, **kedua** Bagaimana Hak dan Kewajiban konsumen menurut undang-undang perlindungan konsumen.

METODELOGI PENELITIAN

Penelitian Hukum Normatif "Penelitian Hukum Normatif merupakan penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan Pustaka atau data sekunder". "Penelitian hukum normatif disebut juga penelitian hukum doktrinal. Menurut Peter Mahmud Marzuki, penelitian hukum normatif adalah suatu proses untuk menemukan suatu aturan hukum, prinsip-prinsip hukum, maupun doktrin-doktrin hukum guna menjawab isu hukum yang dihadapi". "Pada penelitian hukum jenis ini, seringkali hukum dikonsepsikan sebagai apa yang tertulis dalam peraturan

perundangundangan atau hukum dikonsepsikan sebagai kaidah atau norma yang merupakan patokan berperilaku manusia yang dianggap pantas”.

Penulis dalam melakukan penulisan penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum yuridis normative dengan pendekatan secara undang-undang.

Dalam penelitian hukum diperlukan metode pendekatan yang dimaksudkan untuk mendapatkan informasi dari berbagai aspek mengenai masalah-masalah hukum yang sedang dicoba untuk dicari jawabannya. Maka di dalam kaitannya dengan penelitian hukum normatif ini, penulis menggunakan pendekatan perundang-undangan atau *Statute Approach*, yang dilakukan dengan menelaah segala peraturan undang-undang yang berhubungan dengan masalah hukum yang sedang dibahas, yaitu peraturan hukum yang berkaitan dengan Perlindungan Konsumen. (<https://katadata.co.id/>)

Dalam melakukan penelitian ini, penulis menggunakan Teknik pengumpulan data melalui penelitian kepustakaan (*library research*) yakni upaya untuk memperoleh data dari penelusuran literatur kepustakaan, peraturan perundang-undangan, dan sumber lainnya yang relevan dengan penelitian ini.

Dalam tahap analisis data pada penelitian ini, penulis melakukan data olah yang kemudian dimanfaatkan sedemikian rupa dengan mendeskripsikan bahan-bahan hukum yang diperoleh sesuai dengan obyek penelitian, selanjutnya data tersebut dipergunakan untuk menjawab persoalan-persoalan sebagaimana yang tergambar pada rumusan masalah penelitian ini. Obyek yang digunakan ialah peraturan perundang undangan yakni undang undang nomer 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. (Efendi, 2016)

PEMBAHASAN

Upaya Hukum Terhadap Konsumen Yang Mengalami Wanprestasi Dalam Jual Beli Online

Perlindungan hukum adalah segala upaya pemenuhan hak dan pemberian bantuan untuk memberikan rasa aman kepada saksi dan/atau korban, perlindungan hukum korban kejahatan sebagai bagian dari perlindungan masyarakat, dapat diwujudkan dalam berbagai bentuk, seperti melalui pemberian restitusi, kompensasi, pelayanan medis, dan bantuan hukum. Perlindungan hukum yang diberikan kepada subyek hukum kedalam bentuk perangkat baik yang bersifat preventif maupun yang bersifat represif, baik yang lisan maupun tertulis. Dengan kata lain dapat digambarkan bahwa perlindungan hukum sebagai suatu gambaran tersendiri dari fungsi hukum itu sendiri, yang memiliki konsep bahwa hukum memberikan suatu keadilan, ketertiban, kepastian, kemanfaatan dan kedamaian. Pengertian di atas mengundang beberapa ahli untuk mengungkapkan pendapat mereka mengenai pengertian perlindungan hukum sebagai berikut: Menurut Satjipto Rahardjo, perlindungan hukum adalah memberikan pengayoman kepada hak asasi manusia yang dirugikan orang lain dan perlindungan tersebut diberikan kepada masyarakat agar mereka dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum. Menurut Philipus M. Hadjon, perlindungan hukum adalah perlindungan akan harkat dan martabat, serta pengakuan terhadap hak-hak asasi manusia yang dimiliki oleh subjek hukum berdasarkan ketentuan hukum dari kesewenangan. Menurut Muchsin, perlindungan hukum adalah kegiatan untuk melindungi individu dengan menyerasikan hubungan nilai-nilai atau kaidah-kaidah yang menjelma dalam sikap dan tindakan dalam menciptakan adanya ketertiban dalam pergaulan hidup antara sesama manusia.

Dalam konteks perdagangan media elektronik atau e-commerce, aspek hukum perlindungan konsumen yang terdapat dalam UUPK adalah mengenai aspek perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha dan tanggungjawab pelaku usaha. Aspek perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha diatur dalam Pasal 8 s/d Pasal 17 UUPK. Aspek ini dapat diberlakukan apabila dapat dibuktikan bahwa barang dan/atau jasa yang diperdagangkan melanggar ketentuan ini. Selanjutnya terkait dengan hal ini pula tentang dilarangnya iklan yang menyesatkan konsumen maupun mengelabui, seolah-olah barang dan/atau jasa yang ditawarkan mempunyai kondisi yang baik namun pada kenyataannya tidak. Kemudian mengenai aspek tanggungjawab yang berlaku bagi pelaku usaha, apabila konsumen menerima barang yang diperjanjikan tidak sesuai yang diperjanjikan. Aspek tanggungjawab pelaku usaha diatur dalam Pasal 19 s/d Pasal 28. Mengenai aspek ini berlaku pada saat pelaku usaha melakukan hal yang merugikan konsumen.

Dalam transaksi jual beli media elektronik keadaan yang tidak diinginkan adalah ketika terjadi kerugian terhadap konsumen. Kerugian tersebut mungkin diakibatkan informasi yang diberikan oleh pelaku usaha dalam mengiklankan produk barang/jasa yang tidak benar. Ketika mengalami kerugian konsumen berhak untuk mendapatkan ganti rugi yang ketentuannya terdapat dalam Pasal 4 huruf h UUPK yaitu “konsumen berhak untuk mendapatkan kompensasi ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya”.

E-commerce sudah diatur secara jelas dalam UU No.7 Tahun 2014 tentang Perdagangan (UU Perdagangan). UU Perdagangan ini merupakan manifestasi dari keinginan untuk memajukan sektor perdagangan yang dituangkan dalam kebijakan perdagangan dengan mengedepankan kepentingan nasional. Hal ini sangat jelas dalam Pasal 2 huruf (a) tersebut yang menyatakan bahwa “kebijakan perdagangan disusun berdasarkan asas kepentingan nasional”. Kepentingan nasional tersebut antara lain meliputi: mendorong pertumbuhan ekonomi, mendorong daya saing perdagangan, melindungi produksi dalam negeri, memperluas pasar tenaga kerja, melindungi konsumen, menjamin kelancaran/ketersediaan barang dan jasa, penguatan UMKM dan lain sebagainya. (Ranto, Roberto:2019)

Upaya hukum terhadap konsumen yang mengalami wanprestasi dalam jual beli online berdasarkan undang-undang perlindungan konsumen

Langkah pertama dalam hal terjadi wanprestasi yaitu melalui upaya hukum bagi transaksi *e-commerce* yang terjadi di Indonesia. Upaya konsumen untuk menuntut ganti rugi akibat kerugian yang terjadi dalam transaksi *e-commerce* dapat dilakukan melalui cara:

a. Litigasi

Dasar hukum untuk mengajukan gugatan di pengadilan terdapat dalam Pasal 38 ayat 1 UU ITE dan Pasal 45 ayat 1 UUPK. Dalam Pasal 38 ayat 1 UU ITE disebutkan bahwa: “Setiap orang dapat mengajukan gugatan terhadap pihak yang menyelenggarakan Sistem Elektronik dan/atau menggunakan Teknologi Informasi yang menimbulkan kerugian”. Sedangkan dalam Pasal 45 ayat 1 UUPK disebutkan bahwa “Setiap konsumen yang dirugikan bisa menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum”.

b. Non Litigasi

Penyelesaian sengketa konsumen diluar pengadilan di selenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terjadinya kembali kerugian yang diderita oleh konsumen (Pasal 47 UUPK). antara lain:

1. Proses adaptasi atas kesepakatan antara para pihak sebagaimana dituangkan dalam perjanjian jual beli yang dilakukan melalui media internet tersebut.

2. Negosiasi, yang dapat dilakukan oleh para pihak yang bersengketa, baik para pihak secara langsung maupun melalui perwakilan masing-masing pihak;

3. Mediasi, merupakan salah satu cara menyelesaikan sengketa di luar pengadilan, dengan perantara pihak ketiga/mediator yang berfungsi sebagai fasilitator, tanpa turut campur terhadap putusan yang diambil oleh kedua pihak;

4. Konsiliasi, juga merupakan cara penyelesaian sengketa di luar pengadilan, namun mirip pengadilan sebenarnya, dimana ada pihak-pihak yang dianggap sebagai hakim semu;

5. Arbitrase, adalah cara penyelesaian sengketa secara non litigasi, dengan bantuan arbiter yang ditunjuk oleh para pihak sesuai bidangnya. Penyelesaian sengketa konsumen melalui peradilan hanya memungkinkan apabila para pihak belum memilih upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan dan upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, dinyatakan tidak berhasil oleh salah satu pihak atau oleh para pihak yang bersengketa. 12 Pasal 52 huruf a UUPK, Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen memberikan 3 (tiga) macam cara penyelesaian sengketa, yaitu mediasi, arbitrase dan konsiliasi.

Upaya hukum dalam hal transaksi *e-commerce* bersifat Internasional. Masalah yang muncul dalam hal terjadi sengketa pada transaksi *e-commerce* yang bersifat internasional adalah menentukan hukum/pengadilan mana yang digunakan untuk menyelesaikan sengketa. Dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UUITE), pengaturan mengenai transaksi *e-commerce* yang bersifat internasional terdapat dalam Pasal 18.

Untuk menyelesaikan sengketa *e-commerce* yang bersifat internasional, sebaiknya menggunakan mekanisme ADR (*Alternative Dispute Resolution*). Alasannya adalah bahwa dengan menggunakan ADR maka para pihak tidak perlu dipusingkan dengan perbedaan sistem hukum, budaya dan bahasa. Dasar hukum ADR di Indonesia adalah Undang-undang No. 30 tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa. Pelaksanaan penyelesaian sengketa *e-commerce* di Indonesia belum sepenuhnya bersifat online, namun Undang-undang No. 30 tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa memberikan kemungkinan penyelesaian sengketa secara online dengan menggunakan *e-mail*. Selain upaya hukum yang dapat dilakukan oleh para pihak, juga dapat melalui prinsip tanggung gugat. Prinsip tanggung jawab mutlak adalah prinsip yang berlaku dalam hal terjadinya wanprestasi.

Lemahnya kedudukan konsumen dalam transaksi *e-commerce* menjadikan tanggung jawab sepenuhnya berada ditangan pelaku usaha. Pelaku usaha akan bertanggung jawab penuh atas kegiatan usaha yang dilakukannya dalam transaksi *e-commerce*. Dengan demikian, dalam transaksi *e-commerce*, pihak yang bertanggung jawab adalah pihak yang melakukan wanprestasi yang dalam hal ini dilakukan oleh pelaku usaha. Bentuk tanggung jawab yang diberikan oleh pelaku usaha adalah ganti rugi sesuai dengan besar kerugian yang diderita oleh konsumen. Apabila pelaku usaha tidak bertanggungjawab dalam hal melakukan wanprestasi pada transaksi *e-commerce*, maka konsumen dapat menempuh jalur hukum sesuai yang diatur dalam pasal 38 dan 39 UU ITE tentang penyelesaian sengketa dan melaporkannya kepihak yang berwajib.

Adapun bentuk-bentuk wanprestasi dalam perjanjian jual beli secara online adalah:

1. Ditinjau dari sisi pembeli (*buyers*), antara lain:

- a. Keterlambatan membayar Dalam hal ini keterlambatan pembayaran biasanya pihak yang sering melakukan hal keterlambatan tersebut adalah pembeli (*buyers*).
- b. Tidak melakukan pembayaran setiap pembeli biasanya berbeda-beda, artinya dalam melakukan transaksi secara online mereka mempunyai tujuan dan maksud sendiri-sendiri. Pada kenyataannya ada sebagian dari pembeli yang tidak melakukan kewajiban mereka secara baik.
- c. Melakukan pembayaran namun tidak sesuai dengan apa yang diperjanjikan / disepakati Hal ini jarang terjadi dalam jual beli online.

2. Ditinjau dari sisi penjual (*sellers*), antara lain:

- a. Mengirim barang, namun tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati.
- b. Mengirim barang namun terlambat. Adapun beberapa bentuk wanprestasi dalam bisnis jual beli secara online.

Melalui *cyber space* sesuai dengan bentuk-bentuk wanprestasi sebagaimana yang dikemukakan diatas, meliputi:

- a. Tidak melakukan apa yang disanggupi akan dilakukannya.
- b. Melaksanakan apa yang diperjanjikan, tetapi tidak sebagaimana diperjanjikan.
- c. Melaksanakan apa yang diperjanjikan, tetapi terlambat.
- d. Melaksanakan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilaksanakan. (Wulandari,2018:199-210)

Hak Dan Kewajiban Konsumen Menurut Undang Undang Perlindungan Konsumen

Sebelum membahas mengenai hak konsumen, ada baiknya kita lebih dulu memahami pengertian hak terlebih dahulu. Dalam pengertian hukum disini umumnya yang dapat dimaksud dengan hak adalah kepentingan hukum yang dilindungi oleh hukum itu sendiri, sedangkan kepentingan adalah sebuah

tuntutan yang diharapkan untuk dapat dipenuhi. Kepentingan pada hakikatnya telah mengandung kekuasaan yang dijamin dan dipastikan dilindungi oleh hukum dalam melaksanakannya.

Pada dasarnya hak bersumber dari tiga hal, yakni:

1. Kodrat manusia sebagai makhluk hidup yang diciptakan oleh Allah. Sebagai makhluk ciptaan Allah manusia mempunyai sejumlah hak sebagai manusia dan untuk mempertahankan kemanusiaannya, misalnya hak untuk hidup, kebebasan, dan sebagainya. Hak inilah yang disebut dengan hak asasi.
2. Hak yang lahir dari hukum, yaitu hak-hak yang diberikan oleh hukum negara kepada manusia dalam kedudukannya sebagai warga negara/warga masyarakat. Hak inilah yang disebut sebagai hak hukum, hak dalam arti yuridis (juga disebut sebagai hak dalam arti yang sempit). Misalnya, hak untuk memberikan suara pada saat dilakukannya pemilihan umum. Hak untuk mendirikan bangunan, dan hak sebagainya lagi.
3. Hak yang lahir dari tiap hubungan hukum antara seseorang dan seseorang lain melalui sebuah kontrak/perjanjian. Misalnya, seseorang telah meminjamkan mobilnya kepada orang lain, maka orang lain itu telah mempunyai hak untuk memakai atas mobil tersebut. Meskipun hak ini hanya berasal dari hubungan kontraktual, tetap dapat disebut perlindungan dari hukumnya jika kontrak yang dibuat itu melahirkan hak sah menurut hukum. Karena itu, hak ini juga masuk dalam kelompok hak hukum.

Hak konsumen diatur di dalam Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999, yakni :

1. Hak atas kenyamanan, keselamatan dan keamanan dalam mengonsumsi setiap barang dan/atau jasa. Tujuan utama dari konsumen dalam mengonsumsi atau memakai barang dan/atau jasa adalah untuk memperoleh manfaat dari barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau dipakai tersebut. Perolehan manfaat tersebut tidak boleh mengancam keselamatan, jiwa dan harta benda konsumen, serta harus menjamin kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.
2. Hak untuk dapat memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi jaminan yang dijanjikan oleh setiap pelaku usaha. Tentu saja disini konsumen tidak mau mengonsumsi barang dan/atau jasa yang akan dikonsumsinya memiliki beban resiko yang sangat tinggi. Kebebasan memilih ini berarti tidak ada unsur yang memaksa ataupun tipu daya dari para pelaku usaha agar konsumen memilih barang atau jasa tersebut.
3. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan. Sebelum memilih, konsumen harus memperoleh informasi yang benar-benar jelas mengenai barang atau jasa yang akan dikonsumsinya tersebut. Karena informasi inilah yang akan menjadi landasan atau acuan bagi konsumen dalam memilih barang dan/atau jasa. Untuk itu sangat diharapkan sekali agar pelaku usaha memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai barang atau jasa tersebut.
4. Hak untuk dapat didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang telah digunakan. Tidak jarang sekali konsumen memperoleh kerugian dalam mengonsumsi suatu barang atau jasa. Ini berarti ada suatu kelemahan dalam suatu titik pada barang atau jasa yang diproduksi atau disediakan oleh pelaku usaha. Sangat besar diharapkan agar pelaku usaha berlapang dada dalam menerima setiap pendapat dan keluhan dari setiap konsumen. Di sisi yang lain akan menjadi koreksi juga bagi pelaku usaha yang akan diuntungkan karena dengan adanya berbagai pendapat dan keluhan, pelaku usaha memperoleh masukan untuk meningkatkan daya saingnya.
5. Hak untuk mendapat advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut dan sesuai. Pelaku usaha tentu sangat memahami mengenai barang atau jasa yang ia tawarkan. Sedangkan disisi lain, konsumen sama sekali tidak dapat memahami secara jelas apa saja proses yang dilakukan oleh pelaku usaha guna menyediakan barang atau jasa yang dikonsumsinya. Sehingga disini posisi konsumen lebih lemah dibanding si pelaku usaha. Oleh karena itu diperlukan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa yang patut bagi konsumen ini. Patut disini berarti tidak memihak kepada salah satu pihak dan sesuai dengan ketentuan hukum yang sudah berlaku.
6. Hak untuk mendapatkan pendidikan dan pembinaan konsumen. Sudah disebutkan sebelumnya bahwa posisi konsumen disini akan lebih lemah

dibanding posisi dari pelaku usaha. Untuk itu pelaku usaha harus memberikan pendidikan atau pembinaan yang baik dan benar kepada setiap konsumen. Pendidikan dan pembinaan tersebut mengenai bagaimana cara mengkonsumsi dari barang dan atau jasa yang bermanfaat bagi konsumen, bukannya berupaya untuk mengeksploitasi konsumen.

7. Hak untuk diperlakukan dan dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif dari para pelaku usaha. Sudah merupakan hak asasi manusia untuk diperlakukan secara sama. Pelaku usaha harus memberikan pelayanan yang sama kepada setiap para konsumennya, tanpa harus memandang perbedaan ideologi, agama, suku, kekayaan, maupun status sosialnya. Lalu bagaimana perbedaan kelas bisnis dan ekonomi pada alat transportasi umum? atau adanya nasabah prioritas pada Bank? apakah ini termasuk dalam bentuk diskriminasi. Adanya kelas bisnis atau nasabah prioritas didasarkan pada hubungan kontraktual, sebelumnya juga sudah ada perjanjian antara konsumen dengan pelaku usaha.
8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya yang telah diharapkan. Inilah inti dari hukum perlindungan konsumen tersebut. Bagaimana konsumen yang dirugikan ini karena mengkonsumsi barang dan/atau jasa memperoleh kompensasi, ganti rugi, atau penggantian. Sebenarnya tujuan dari pemberian kompensasi, ganti rugi, atau penggantian adalah untuk mengembalikan keadaan konsumen ke keadaan seperti semula, seolah-olah peristiwa yang merugikan konsumen itu tidak sedang terjadi.
9. Hak-hak yang telah diatur dalam ketentuan perundang-undangan lainnya. Hak konsumen ini sebenarnya sangat banyak dan bisa terus lagi bertambah. Adanya ketentuan ini membuka peluang bagi pemerintah untuk menjamin pemenuhan hak bagi setiap konsumen yang tidak diatur pada ketentuan diatas.

Hak konsumen dalam sebuah transaksi e-commerce telah diatur dengan baik dalam UUPK. Hal ini mengandung makna bahwa konsumen dapat menuntut haknya kepada pelaku usaha jika terdapat pelanggaran kesepakatan dalam transaksi. Kurangnya pengetahuan dan kesadaran konsumen dalam transaksi e-commerce yang dilakukan cenderung menempatkan konsumen di posisi yang pasif. Ini kemudian dapat berdampak pada perilaku curang pelaku usaha dalam transaksi. Pelaku usaha e-commerce biasanya memilih model baku dalam transaksi jual-beli yang dilakukan. Pemilihan model baku cenderung lebih menguntungkan di pihak pelaku usaha karena isi kontrak akan ditentukan secara sepihak. Konsumen akan mengalami kesulitan dalam melakukan transaksi tawar-menawar dan menuntut haknya. Klausula baku juga menyulitkan konsumen untuk membatalkan suatu transaksi ketika terjadi perilaku wanprestasi. Isi perjanjian yang hanya ditentukan oleh pelaku usaha membuat konsumen berada di posisi yang lemah dalam suatu transaksi e-commerce. Klausula baku yang digunakan dalam suatu transaksi e-commerce juga diatur dalam beberapa peraturan perundang-undangan. Pasal 8 UUPK mengatur tentang tujuan larangan penggunaan klausula baku. Pasal ini menjelaskan bahwa penggunaan klausula baku ditinjau dari kebebasan berkontrak dapat menyebabkan ketidaksetaraan kedudukan antara konsumen dengan pelaku usaha. Pasal ini juga menegaskan bahwa perlindungan hak-hak konsumen dalam suatu transaksi menjadi kewajiban pelaku usaha. Pelaku usaha wajib bertanggungjawab penuh jika terjadi tindakan wanprestasi.

Pasal 4 huruf d UUPK juga menyatakan bahwa “hak konsumen agar didengar pendapat juga keluhannya atas penggunaan barang dan/atau jasa. Keluhan konsumen terhadap pelaku usaha e-commerce dapat saja diabaikan bahkan dikriminalisasi untuk memberikan keuntungan pada salah satu pihak yang lebih kuat, padahal keluhan, kritikan, pendapat, dan saran dari konsumen memiliki pengaruh yang besar terhadap kemajuan suatu bisnis dan meningkatkan kepuasan konsumen. Kebebasan konsumen dalam mengemukakan pendapatnya dengan bertanggungjawab juga termasuk ke dalam salah satu bagian dari Hak Asasi Manusia.

Hal ini diuraikan dengan jelas pada Pasal 23 ayat (2) UU HAM menyatakan “setiap orang bebas untuk mengeluarkan juga menyebarluaskan pendapat baik lisan maupun tulisan melalui media cetak ataupun elektronik yang tidak bertentangan dengan kesusilaan dan ketertiban umum.” Pasal 4 huruf b dan h memberikan perlindungan hukum kepada konsumen dalam melakukan transaksi e-commerce, terutama dalam penerimaan barang yang tidak sesuai dengan kesepakatan pembelian. Pasal ini menyatakan bahwa: “konsumen berhak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan dan konsumen berhak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.” Pasal 5 ayat (1) UUTE juga melindungi konsumen dalam transaksi e-commerce: “informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah.”

Pada Pasal 18 ayat (1) menyatakan bahwa “transaksi elektronik yang dituangkan ke dalam kontrak elektronik mengikat para pihak.” Pasal 28 ayat (1) juga mendukung perlindungan konsumen dengan

menyatakan: “setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi e-commerce.” Pasal 45 ayat (2) kemudian menyatakan bahwa “perbuatan sebagaimana dijelaskan di dalam Pasal 28 ayat (1) UUTE diancam dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 1 miliar, pernyataan tersebut termaktub dalam Pasal 45 ayat (2) UUTE”.**(Sari, AA Made Yuni Purnama, and Suatra Putrawan:2019)**

Hak tentu tidak dapat dipisahkan dari hal kewajiban. Kewajiban konsumen menurut Pasal 5 Undang-undang Perlindungan Konsumen adalah :

1. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, hal ini demi keamanan dan keselamatan konsumen. Tidak bisa di pungkiri lagi bahwa seringkali konsumen tidak memperoleh manfaat yang sangat maksimal atau bahkan dirugikan dalam mengkonsumsi suatu barang atau jasa tersebut. Namun setelah diselidiki kerugian tersebut terjadi karena konsumen tidak mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian yang telah disediakan atau di informasi oleh pelaku usaha.
2. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa. Disini tak jarang pula konsumen tidak beritikad baik dalam bertransaksi atau mengkonsumsi barang. Hal ini tentu saja akan merugikan khalayak umum, dan secara tidak langsung si konsumen telah merampas hak-hak dari orang lain.
3. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang telah disepakati sebelumnya. Ketentuan ini sudah jelas, ada uang dan ada juga barang.

Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut apabila telah terjadi masalah sengketa konsumen. Seperti yang telah diuraikan sebelumnya, patut diartikan sebagai tidak terjadi berat sebelah dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.**(Nawi,Syahrudin,2018:1-8)**

Pertanggungjawaban timbul berdasarkan hubungan hukum yang terjadi antara pelaku usaha dan konsumen. Timbulnya hak dan kewajiban pada jual beli secara E-commerce pada saat kesepakatan terjadi antara para pihak. Kesepakatan baru terjadi setelah adanya penawaran dari pelaku usaha dan diikuti dengan penerimaan oleh pihak konsumen. Pada jual beli secara transaksi elektronik penawaran terjadi saat pelaku usaha menampilkan iklan suatu produk pada toko online disuatu marketplace dan penerimaan terjadi saat konsumen menekan tanda “klik” atau “order”, maka kesepakatan para pihak sudah terjadi dan kontrak melalui jual beli secara transaksi elektronik dapat dilakukan melalui chatting dan video conference, email dan web.

Pada saat kedua belah pihak mencapai kesepakatan, kemudian diikuti dengan proses pembayaran, yang melibatkan dua bank perantara dari masing-masing pihak yaitu acquiring merchant bank dan issuing customer bank. Setelah proses pembayaran selesai kemudian pihak pelaku usaha wajib memenuhi prestasinya sesuai dengan kontrak yang sudah disepakati. Keabsahan kontrak dari suatu perjanjian jika dilihat dari Pasal 1320 KUH Perdata yang pertama harus memenuhi syarat subjektif yaitu ada kesepakatan antara para pihak dan para pihak cakap untuk membuat perjanjian, selanjutnya yang kedua syarat objektif yaitu objek perjanjian harus jelas dan perjanjian yang memenuhi suatu sebab yang halal. Dalam hal tidak terpenuhinya syarat subjektif maka kontrak tersebut dapat di batalkan. Adapun apabila tidak terpenuhinya syarat objektif maka kontrak tersebut batal demi hukum.

Permasalahan yang timbul dalam kontrak elektronik mengenai keabsahannya dilihat dari syarat sahnya perjanjian yaitu kecakapan para pihak dalam melakukan transaksi jual beli. Karena dalam jual beli secara transaksi elektronik seseorang tidak tahu apakah para pihak tersebut sudah cakap hukum mengingat antara penjual dan pembeli tidak bertemu secara langsung. Namun apabila salah satu pihak tidak cakap melakukan transaksi dalam jual beli secara transaksi elektronik maka perjanjian tersebut dapat dibatalkan. Santiago Cavanillas dan A. Martinez mengemukakan kontrak jual beli secara elektronik ini terdiri dari beberapa tipe yaitu :

1. Kontrak melalui chatting dan video conference.
2. Kontrak melalui E-mail (Elektronik Mail).

Kontrak-kontrak di atas dapat dijadikan salah satu alat untuk membuktikan dan menerangkan perjanjian yang terjadi antara para pihak. Hal ini ditegaskan dalam Pasal 5 ayat (1) UUTE menyebutkan bahwa, “Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti yang sah”. Jadi, suatu transaksi jual beli tidak akan disangkal keabsahannya hanya karena bukti transaksi jual belinya semata-mata dalam bentuk elektronik. Keabsahan suatu kontrak tergantung pada pemenuhan syarat-syarat kontrak.

Apabila syarat-syarat kontrak kontrak telah terpenuhi, maka hal yang diutamakan adalah adanya kesepakatan atau persetujuan antara kedua belah pihak, maka kontrak dinyatakan sah terjadi. Namun dalam transaksi elektronik, terjadinya suatu kesepakatan atau perjanjian sangat erat

hubungannya dengan penerimaan atas keabsahan dan otentiknya informasi elektronik yang memuat kesepakatan tersebut.

Transaksi jual beli secara elektronik tidak menutup kemungkinan terjadinya wanprestasi yang dilakukan oleh salah satu pihak. Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen penyelesaian sengketa konsumen diatur dalam Bab X yang terdiri dari 4 (empat) Pasal, mulai dari Pasal 45 sampai dengan Pasal 48, sedangkan dalam UU ITE penyelesaian sengketa di atur dalam Bab VIII yang terdiri dalam 2 (dua) Pasal, yaitu Pasal 38 dan Pasal 39. Upaya hukum yang paling mendasar dalam menyelesaikan sengketa pada jual beli secara transaksi elektronik dapat diselesaikan dengan 2 cara yaitu dengan cara upaya hukum preventif dan upaya hukum represif.

1. Upaya lain yang dapat ditempuh apabila terjadi sengketa atau wanprestasi adalah Penyelesaian sengketa dapat ditempuh apabila penerimaan telah dikirimkan oleh pembeli, maka hukum yang dapat ditempuh adalah dimana pembeli mengirimkan pesannya.
2. Penyelesaian sengketa dapat ditempuh apabila penjual telah menerima pesanan dan pembayaran dari pembeli dan penjual menjamin akan mengirimkan barang, maka hukum yang berlaku adalah dimana penjual menerima pesanan dan pembayaran.
3. Penyelesaian sengketa dapat ditempuh dengan titik-titik pertalian yang paling banyak antara pelaku usaha dan konsumen.
4. Penyelesaian sengketa dapat ditempuh dimana salah satu pihak melakukan prestasi. **(Setyawati, Desy Ary, Dahlan Ali, and M. Nur Rasyid:46-64)**

KESIMPULAN

UUPK pada dasarnya sudah benar-benar efektif mengatur mengenai hak-hak konsumen, sehingga pihak konsumen dapat menuntut haknya jika pelaku usaha melanggar aturan. Adapun bentuk perlindungan hukum terhadap hak konsumen transaksi e-commerce terdapat pada Pasal 4 UUPK, Pasal 5, Pasal 18, Pasal 28 dan Pasal 45 ayat (2) UUIITE serta termaktub pada Pasal 23 ayat (2) UU HAM. Timbulnya penyalahgunaan keadaan juga dilakukan oleh pihak pelaku usaha dengan mencantumkan klausula baku yang tidak sesuai dengan Pasal 18 UUPK tentang larangan pencantuman klausula baku yang mengakibatkan pihak konsumen mengalami kerugian dan mengakibatkan terjadinya wanprestasi. Keabsahan kontrak elektronik dianggap sah apabila menggunakan sistem elektronik sesuai aturan perundang-undangan yang berlaku dan informasi elektronik tersebut dalam bentuk tertulis maupun asli, dimana informasi yang tercantum didalamnya dapat di jamin keutuhannya, di pertanggung jawabkan, di akses, dan di tampilkan sehingga menerangkan suatu keadaan. Keabsahan kontrak tergantung pada pemenuhan syarat-syarat kontrak. Apabila syarat kontrak telah terpenuhi, sebagaimana yang tercantum pada pasal 1320 KUH Perdata maka tidak menutup kemungkinan bahwa kontrak jual beli secara transaksi e-commerce tersebut sah. Begitu juga apabila suatu transaksi jualbeli tidak akan disangkal keabsahannya hanya karena adanya bukti transaksi jual-beli yang semata-mata hanya dalam bentuk elektronik, sebagaimana dinyatakan dalam pasal 5 ayat (1) UUIITE. Penyelesaian sengketa yang terjadi dalam perjanjian jual-beli secara transaksi e-commerce apabila ada pihak yang dirugikan yaitu pertama dilakukan dengan cara damai. Akan tetapi apabila tidak dapat ditempuh dengan cara damai maka pihak konsumen dapat menuntut pelaku usaha sebagaimana di sebutkan dalam pasal 45 UUPK, juga termaktub dalam Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PTSE). Adapun saran yang dapat di berikan yakni untuk pihak pelaku usaha sebaiknya harus selalu memastikan untuk memberi informasi yang benar terhadap konsumen, sedangkan bagi pihak konsumen hendaknya perlu lebih cermat dan berhati-hati dalam berbelanja melalui online agar mengurangi terjadinya tindakan kecurangan. Selain itu jika terjadi suatu sengketa hendaknya pelaku usaha melakukan penyelesaian kerugian terhadap konsumen dalam transaksi e-commerce yaitu dilakukan dengan musyawarah agar permasalahan dapat terselesaikan dengan mudah.

Upaya hukum terhadap konsumen yang mengalami wanprestasi dalam jual beli online Upaya hukum terhadap konsumen yang mengalami wanprestasi dalam jual beli online berdasarkan undang-undang perlindungan konsumen Langkah pertama dalam hal terjadi wanprestasi yaitu melalui upaya hukum bagi transaksi e-commerce yang terjadi di Indonesia. Upaya konsumen untuk menuntut ganti rugi akibat kerugian yang terjadi dalam transaksi e-commerce dapat dilakukan melalui cara:

a. Litigasi

Dasar hukum untuk mengajukan gugatan di pengadilan terdapat dalam Pasal 38 ayat 1 UU ITE dan Pasal 45 ayat 1 UUPK.

b. Non litigasi

Penyelesaian sengketa konsumen diluar pengadilan di selenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terjadinya kembali kerugian yang diderita oleh konsumen (Pasal 47 UUPK).

Sedangkan dalam Pasal 45 ayat 1 UUPK disebutkan bahwa "Setiap konsumen yang dirugikan bisa menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum". Masalah yang muncul dalam hal terjadi sengketa pada transaksi e-commerce yang bersifat internasional adalah menentukan hukum/pengadilan mana yang digunakan untuk menyelesaikan sengketa. Dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UUITE), pengaturan mengenai transaksi e-commerce yang bersifat internasional terdapat dalam Pasal 18.

Dengan demikian, dalam transaksi e-commerce, pihak yang bertanggung jawab adalah pihak yang melakukan wanprestasi yang dalam hal ini dilakukan oleh pelaku usaha. Apabila pelaku usaha tidak bertanggungjawab dalam hal melakukan wanprestasi pada transaksi e-commerce, maka konsumen dapat menempuh jalur hukum sesuai yang diatur dalam pasal 38 dan 39 UU ITE tentang penyelesaian sengketa dan melaporkannya ke pihak yang berwajib.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan diatas maka dapat diuraikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Penjual/Pelaku usaha

Negara Indonesia telah membuat peraturan bagi setiap pelaku usaha dan konsumen yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, jadi baiknya bagi pelaku usaha mengerti bahwa Negara Indonesia menjamin setiap konsumen yang melakukan jual beli. Pelaku usaha seharusnya memberikan pelayanan terbaik untuk setiap konsumen agar barang dagangan usahanya dipercaya keamanannya oleh konsumen, jika pelaku usaha melakukan kecurangan dalam transaksi jual beli maka konsumen dapat menuntut pelaku usaha yang menyebabkan kerugian.

2. Bagi Pembeli/Konsumen

Barang dagangan yang ada di toko online sangatlah banyak dan berbagai macam penilaian toko online tersebut, bagi konsumen yang melakukan transaksi jual beli online agar lebih teliti sebelum melakukan transaksi, dan disarankan untuk memilih sistem pembayaran yang minim resiko.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce: Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2005.

Efendi, Jonaedi dan Ibrahim, Johny. *Metode Penelitian Hukum: Normatif Dan Empiris*, (Jakarta, Prenamedia Grup, 2016).

Peraturan Perundang-Undangan:

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UUITE).

Undang-undang Nomor 30 tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif.

Artikel Jurnal :

Nawi, Syahrudin. "Hak dan Kewajiban Konsumen Menurut UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen." *Pleno Jure* 7.1 (2018): 1-8.

Nurfajri, Nurfajri. *TINJAUAN HUKUM TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE MELALUI SOSIAL MEDIA (STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS ILMU SOSIAL UNM)*. Diss. UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR, 2019.

Ranto, Roberto. "Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Elektronik." *Jurnal Ilmu Hukum: ALETHEA* 2.2 (2019): 145-164.

Setyawati, Desy Ary, Dahlan Ali, and M. Nur Rasyid. "Perlindungan Bagi Hak Konsumen dan Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dalam Perjanjian Transaksi Elektronik." *Syah Kuala Law Journal* 1.3 (2017): 46-64.

Sari, AA Made Yuni Purnama, and Suatra Putrawan. "PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP HAK KONSUMEN TRANSAKSI E-COMMERCE DALAM HAL TERJADINYA WANPRESTASI." *Kertha Semaya: Jurnal Ilmu Hukum* 9.3 (2021): 446-457.

Wati, Gusni, Fahmi Fahmi, and Yetti Yetti. "UPAYA HUKUM YANG DILAKUKAN PARA PIHAK APABILA TERJADI WANPRESTASI DALAM TRANSAKSI PERJANJIAN JUAL BELI MELALUI INTERNET (E-COMMERCE) DI INDONESIA." *PROCEEDING IAIN Batusangkar* 1.1 (2022): 982-985.

Wulandari, Yudha Sri. "Perlindungan Hukum bagi Konsumen terhadap Transaksi Jual Beli E-Commerce." *AJUDIKASI: Jurnal Ilmu Hukum* 2.2 (2018): 199-210.

Website:

Katadata.co.id. *Menelaah 5 Macam Pendekatan Dalam Penelitian Hukum*. <https://katadata.co.id/agung/berita/634ecdc698b51/menelaah-5-macam-pendekatan-dalam-penelitian-hukum/> diakses pada tanggal 29 desember 2022.