

TINJAUAN YURIDIS TERHADAP PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN¹

Nanda Litasa, Indri Rosliyana, Juliani Syauqi Putri
Fakultas Hukum, Universitas Pamulang
nanda.litasa30@gmail.com

ABSTRACT: The importance of legal protection for consumers is caused by consumers' weak bargaining position. Legal protection for consumers requires taking sides with consumers who have a weak bargaining position. Legal protection for consumers is a big problem, with global competition that continues to grow. Legal protection is urgently needed. In online buying and selling transactions, there are still problems that occur. More and more people are using online media to make buying and selling transactions. The more users, the more problems they face. So in this case consumer protection is needed because consumers are the most vulnerable to getting into trouble. The method used is Normative Juridical because this research is only aimed at written regulations, so this research is very closely related to literature because it will require primary and secondary data, namely from laws, books, journals and others.

Keywords : Consumer Protection, Buying and Selling Online, Consumer Rights

PENDAHULUAN

Di zaman sekarang perkembangan elektronik semakin berkembang pesat terutama internet yang menyebabkan terbentuknya sebuah arena baru atau yang biasa disebut dengan media sosial / dunia maya. Globalisasi yang demikian pada dasarnya telah terlaksana di media sosial yang menghubungkan seluruh masyarakat digital atau mereka yang menggunakan internet dalam kehidupan sehari – hari.

Dari seluruh aspek kehidupan yang terkena dampak dari internet ialah sektor para pembisnis atau perdagangan yang mana sekarang sering dikenal dengan e-commerce. Hal ini sekarang dikenal dengan sebutan bisnis atau perdagangan online yang memanfaatkan perangkat telekomunikasi. Mengingat jumlah pengguna perangkat telekomunikasi di Indonesia semakin hari semakin kian besar sehingga sangat mendukung berjalannya aspek e-commerce dalam melakukan bisnis atau perdagangan online.

E-Commerce (electronic commerce) adalah mekanisme bisnis tersendiri yang usianya masih seumur jagung. Dan letak keistimewaannya adalah untuk pertama kalinya seluruh manusia dimuka bumi memiliki kesempatan dan peluang yang sama dapat berbisnis serta melakukan jual beli online diseluruh dunia. E-commerce pada awalnya termasuk salah satu istilah pada “perdagangan elektronik” yang berubah seiring berjalannya waktu. Awalnya, perdagangan elektronik ini merupakan aktivitas perdagangan yang memanfaatkan transaksi komersial, seperti mengirim dokumen komersial yakni pesanan pembelian secara elektronik. Kemudian berkembang menjadi suatu aktivitas besar yang sekarang memiliki istilah yang tepat yaitu “perdagangan web” (pembelian barang dan jasa melalui World Wide Web). Pada awalnya ketika web mulai terkenal dimasyarakat pada tahun 1994, banyak jurnalis memperkirakan bahwa e-commerce akan menjadi sebuah sektor ekonomi baru. Sehingga antara pada era tahun 1998 hingga 2000 banyak bisnis di Amerika Serikat serta Eropa yang mengembangkan situs web jual beli terkait perdagangan online ini.

Dalam kegiatan jual beli online pembeli disebut dengan konsumen. Konsumen adalah setiap orang yang merupakan pemakai barang dan /atau jasa yang tersedia dalam masyarakat baik untuk kepentingan sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lainnya dan tidak untuk diperdagangkan. Hal ini dapat bersifat dalam segala transaksi jual beli, secara langsung ataupun secara online seperti yang kini sedang marak terjadi. Walaupun ada transaksi yang tidak melalui tatap muka, konsumen tetap berhak untuk mendapatkan barang yang sesuai dengan pemberitahuan sebelumnya atau barang yang sesuai dengan yang dijanjikan.

¹ Kegiatan Penelitian Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Pamulang Tahun Akademik 2022 / 2023 berdasarkan No Kontrak : 2828-16/C.11/LL.SP KP/UNPAM/XI/2022

Perlindungan konsumen merupakan seluruh peraturan dan hukum yang mengatur hak dan kewajiban konsumen dan produsen yang timbul dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dan mengatur upaya-upaya untuk dapat menjamin terwujudnya perlindungan hukum terhadap kepentingan konsumen (Sidobalok 2014:39).

“Jual Beli Online” secara bahasa jual beli adalah pertukaran sesuatu dengan sesuatu yang lain. Sedangkan jual beli online adalah suatu kegiatan jual beli dimana pembeli dan penjual tidak harus bertemu untuk melakukan negosiasi dan transaksi dan komunikasi yang digunakan oleh penjual dan pembeli bisa melalui alat komunikasi seperti chat, telepon, sms dan lain sebagainya.

Berdasarkan ketentuan UU Perlindungan Konsumen pasal 1 ayat 1 UU no 8 tahun 1999 definisi perlindungan konsumen meliputi seluruh upaya untuk memastikan kepastian hukum demi memberikan perlindungan kepada konsumen. Perlindungan ini mencakup proteksi agar konsumen tidak memperoleh barang dan atau jasa yang tidak sesuai dengan kesepakatan atau melanggar ketentuan undang-undang, serta perlindungan terhadap syarat-syarat yang tidak adil bagi konsumen.

Dengan demikian, UU Perlindungan Konsumen no 8 tahun 1999 adalah landasan hukum yang kuat bagi pemerintah serta lembaga swadaya masyarakat yang peduli terhadap konsumen Indonesia untuk melakukan upaya pemberdayaan konsumen melalui pembinaan dan pendidikan konsumen secara merata.

Perlindungan konsumen dibutuhkan untuk menciptakan rasa aman bagi para konsumen dalam melengkapi kebutuhan hidup. Kebutuhan perlindungan konsumen juga harus bersifat tidak berat sebelah dan harus adil.

Berdasarkan Pasal 4 UU Perlindungan Konsumen, hak konsumen antara lain:

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 mendapat 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 sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Kenyataannya didalam masyarakat masih banyak ditemukan persoalan tentang para konsumen yang melakukan jual beli secara online, namun ketika barang tersebut diterima oleh konsumen, barang itu tidak sama dengan yang konsumen lihat pada foto atau pada iklan yang penjual pasang. Persoalan seperti itu merupakan salah satu pelanggaran terhadap hak konsumen.

Persoalan seperti itu sudah diatur dalam Pasal 8 ayat (1) huruf f UU Perlindungan Konsumen yang melarang pelaku usaha untuk memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut. Sehingga sesuai dengan Pasal 4 huruf h UU Perlindungan Konsumen, konsumen berhak mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Pelaku usaha juga wajib memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

PERMASALAHAN

Penelitian ini mengkaji tentang perlindungan hukum terhadap perlindungan konsumen melalui jual beli online, agar penelitian tidak melebar terlalu jauh dari substansi, maka penelitian ini penulis batasi hanya yang berkaitan dengan masalah-masalah yaitu, Pertama Bagaimana Bentuk

METODELOGI PENELITIAN

Menurut Soerjono Soekanto, penelitian hukum dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu penelitian normatif dan penelitian empiris. Adapun penelitian hukum normatif mencakup, Penelitian terhadap asas-asas hukum, Penelitian terhadap sistematika hukum, Penelitian terhadap taraf sinkronisasi hukum, Penelitian sejarah hukum, dan Penelitian perbandingan hukum. Sedangkan penelitian hukum empiris mencakup, Penelitian terhadap identifikasi hukum (tidak tertulis) dan Penelitian terhadap efektifitas hukum. Menurut Peter Mahmud Marzuki bahwa penelitian hukum normatif adalah "langkah untuk menemukan suatu aturan hukum, prinsip-prinsip hukum, maupun doktrin-doktrin hukum guna menjawab isu hukum yang dihadapi".

Metode penelitian hukum normatif biasa disebut penelitian hukum doktriner atau penelitian studi kepustakaan. Dinamakan penelitian hukum doktriner dikarenakan penelitian ini hanya ditujukan pada peraturan-peraturan tertulis, sehingga penelitian ini sangat erat hubungannya dengan kepustakaan dikarenakan akan membutuhkan data primer dan sekunder yaitu dari Undang-Undang, buku, jurnal dan lainnya.

Kajian dari penelitian hukum normative menggunakan berbagai macam aspek seperti aspek teoritis, filosofi, perbandingan, struktur/komposisi, konsistensi, penjelasan umum dan penjelasan pada tiap pasal, formalitas dan kekuatan mengikat suatu undang-undang seta bahasa yang digunakan adalah bahasa hukum. Sehingga dapat disimpulkan, bahwa penelitian hukum normatif itu mempunyai cakupan yang luas. Metode penelitian hukum normatif biasanya dikenal dengan metode yang preskriptif, karena dalam metode ini harus selalu disertai dengan rekomendasi dan saran mencari norma baru atau melengkapi norma yang diteliti agar lebih baik. Selain itu, metode normatif juga merupakan metode yang murni karena menguji obyek yang diteliti, yaitu norma.

Adapun di dalam penelitian penulis yaitu tentang "Tinjauan Yuridis Terhadap Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Ditinjau dari Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen" ini adalah merupakan suatu penelitian hukum yuridis normatif yaitu penelitian terhadap bahan hukum berupa perundang-undangan atau hukum tertulis yang dalam hal ini adalah Undang Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. "Dalam penelitian hukum diperlukan metode pendekatan yang dimaksudkan untuk mendapatkan informasi dari berbagai aspek mengenai isu-isu 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 Jual Beli Barang.

Data ialah suatu informasi yang telah dikumpulkan dalam suatu penelitian dengan berbagai metode seperti pengamatan, pengukuran dan wawancara penelusuran dokumen yang digunakan untuk di analisis ke dalam suatu usaha untuk membuat generalisasi atau kesimpulan sebagai jawaban terhadap permasalahan penelitian. Data yang bermanfaat atau berguna tidak mudah dikumpulkan oleh karena itu perlu dilakukan pengelompokan khusus untuk menentukan data apa yang harus dikumpulkan dan bagaimana data yang telah terkumpul tersebut akan dianalisa.

1. Bahan Hukum Primer Bahan hukum primer, yaitu semua bahan/materi hukum yang mempunyai kedudukan mengikat secara yuridis. Bahan hukum primer terdiri dari peraturan perundang-undangan yang terkait dengan penelitian dan bahan hukum sekunder Pada bahan hukum primer digunakan Undang Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, UU ITE dan PP No. 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, dan Undang-Undang No 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan.
2. Bahan Hukum Sekunder Merupakan bahan-bahan hukum yang memberikan penjelasan tentang bahan hukum primer. Bahan hukum sekunder yang digunakan dalam penelitian adalah hasil karya ilmiah dari penelitian yang sebelumnya, yang berhubungan langsung dengan judul pada penelitian ini terdiri dari Penjelasan atas peraturan perundangundangan yang digunakan sebagai bahan hukum primer, Buku-buku literatur atau bacaan yang berkaitan dengan topik penulisan, Hasil-hasil penelitian yang berkaitan dengan topik

penulisan, Pendapat ahli yang berkompeten dengan peneliti, Artikel atau tulisan para ahli, Sarana elektronika yang membahas permasalahan terkait dengan perlindungan konsumen dan jual beli barang online.

3. Bahan Hukum Tersier Merupakan penjelasan bahan-bahan non hukum yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum tertier dan sekunder misalnya ialah kamus hukum, kamus bahasa Indonesia, surat kabar, internet atau ensiklopedia dan sebagainya.

Teknik pengumpulan data ini adalah studi kepustakaan. Studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data dan informasi secara mendalam dengan menelaah buku, literatur, catatan serta revelansi lainnya untuk mendapatkan jawaban dari permasalahan yang diteliti. Penggunaan data primer dan sekunder ini maka akan di sesuaikan dengan permasalahan yang ingin diteliti. Studi kepustakaan dilakukan dengan cara membaca, menelaah, mencatat membuat ulasan bahan-bahan pustaka yang ada kaitannya dengan perlindungan konsumen dan jual beli barang online.

PEMBAHASAN

Bentuk Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online

Perkembangan internet yang semakin maju merupakan salah satu faktor pendorong berkembangnya e-commerce di Indonesia. Perkembangan e-commerce diatur didalam Undang-undang No. 19 Tahun 2016 Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik yang disingkat UU ITE.

Dengan adanya e-commerce tentu saja memberikan kemanjaan yang luar biasa terhadap konsumen, karena konsumen tidak perlu keluar rumah untuk berbelanja selain itu pilihan barang/jasa pun beragam dengan harga yang relatif lebih murah. Hal ini menjadi tantangan yang positif dan juga negatif. Dikatakan positif karena kondisi tersebut dapat memberikan manfaat untuk konsumen agar bisa memilih secara bebas barang/jasa yang diinginkannya. Konsumen mempunyai kebebasan untuk menentukan jenis dan kualitas barang/jasa yang sesuai dengan kebutuhannya. Dikatakan negatif karena kondisi tersebut menyebabkan posisi konsumen menjadi lebih lemah dari pada posisi pelaku usaha yang dapat mengakibatkan kekecewaan dan kerugian.

Dengan adanya UU ITE memberikan dua hal penting yaitu, pertama pengakuan transaksi elektronik dan dokumen elektronik dalam kerangka hukum perikatan dan hukum pembuktian, sehingga kepastian hukum transaksi elektronik dapat terjamin, dan yang kedua diklasifikasikannya tindakan-tindakan yang termasuk kualifikasi pelanggaran hukum terkait penyalahgunaan TI (Teknologi Informasi) disertai dengan sanksi pidananya.

Walaupun sudah ada undang-undang yang mengatur terkait dengan perdagangan secara e-commerce. Namun, terkadang konsumen masih saja berada dalam posisi yang lemah. Faktor utama yang menjadi kelemahan konsumen sering kali disebabkan oleh tingkat pengetahuan hukum dan kesadaran konsumen akan haknya yang masih rendah, kondisi seperti ini oleh pelaku usaha dapat dimanfaatkan untuk meraup keuntungan sebesar-besarnya dengan tidak mengindahkan kewajiban-kewajiban yang sudah seharusnya melekat pada para pelaku usaha. Seharusnya konsumen memiliki hak penuh untuk mendapatkan perlindungan. Tetapi banyak konsumen yang belum menyadari bahwa ada undang-undang yang mengatur tentang perlindungan konsumen.

Perlindungan konsumen menurut berbagai pengertian salah satunya Az Nazution mengartikan bahwa perlindungan konsumen merupakan bagian dari hukum yang berisikan asas-asas atau kaidah yang memiliki sifat untuk mengatur hubungan serta memiliki sifat untuk memberikan perlindungan terhadap kepentingan yang dimiliki oleh konsumen. Berdasarkan ketentuan Pasal 1 angka (1) UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa perlindungan konsumen merupakan segala upaya yang dilakukan untuk memberikan jaminan terkait dengan kepastian hukum dalam melindungi konsumen.

Perlindungan konsumen memiliki cakupan yang luas, diantaranya perlindungan konsumen terhadap barang dan jasa, yang berawal dari tahap kegiatan untuk mendapatkan barang dan jasa hingga sampai akibat-akibat dari pemakaian barang dan/atau jasa tersebut. Pentingnya perlindungan hukum bagi konsumen disebabkan posisi tawar konsumen yang lemah. Perlindungan hukum terhadap konsumen mensyaratkan adanya pemihakan kepada posisi tawar yang lemah (konsumen). Perlindungan hukum bagi konsumen adalah suatu masalah yang besar, dengan persaingan global yang terus berkembang. Perlindungan hukum sangat dibutuhkan dalam

persaingan dan banyaknya produk serta layanan yang menempatkan konsumen dalam posisi tawar yang lemah.

Perlindungan hukum sangat dibutuhkan dalam persaingan dan banyaknya produk serta layanan yang menempatkan konsumen dalam posisi tawar yang lemah. Bentuk perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli online di Indonesia sudah diatur di dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Pasal 5, Pasal 18, Pasal 28 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik.

Setiap konsumen memiliki hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dalam proses transaksi jual beli secara online. Setiap perselisihan yang terjadi akan diselesaikan bersama secara musyawarah antara konsumen dan pelaku usaha. Tetapi jika penyelesaian melalui musyawarah tidak bisa mencapai suatu mufakat, maka mengenai sengketa ini akan diserahkan kepada Pengadilan Negeri atau Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen. Hal tersebut sebagaimana yang dinyatakan didalam pasal 45 UUPK yang berbunyi:

- a) Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum.
- b) Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa.
- c) Penyelesaian sengketa di luar pengadilan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak menghilangkan tanggungjawab pidana sebagaimana diatur dalam Undang-undang.

Tujuan perlindungan konsumen sebagaimana dinyatakan dalam Pasal 2 Undang-Undang Perlindungan konsumen ini adalah:

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
4. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi
5. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggungjawab dalam berusaha;
6. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Problematika Perlindungan Konsumen Transaksi Jual Beli Barang Online di Indonesia

Bahwa perkembangan jaman terus semakin maju, era digitalisasi semakin berkembang. Hal ini merambat sampai ke sektor jual beli. Pada awal mulanya kita menggunakan sistem barter untuk memenuhi kebutuhan pokok kita hingga kini bisa dapat dilakukan secara pembayaran dengan cashless atau pembayaran tanpa uang tunai. Ini juga akibat dari maraknya jual beli dengan cara online salah satu lebih dominan adalah penggunaan e-commerce. E-Commerce dapat diartikan sebagai penyebaran aktivitas jual beli melalui elektronik dengan media dari internet. Di kutip dari laman website KOMINFO (Kementrian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia) data penggunaan e-commerce di Indonesia sudah mencapai 78% dari penduduk, laman website ini pada tahun 2019. Selanjutnya mengutip dari CNN Indonesia berdasarkan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) telah mencatat 88,1% penduduk Indonesia menggunakan e-commerce, laman website ini pada tahun 2021.

Dalam hal ini berdasarkan data yang disampaikan bahwa ketergantungan atau kebutuhan masyarakat dalam menggunakan e-commerce sendiri sudah menyentuh angka yang tinggi, terutama hal ini diakibatkan dari dampak pandemi covid-19 karena masyarakat di himbau segala aktivitas dilakukan dengan cara social distancing atau pembatasan sosial dikarenakan takut tingginya penyebaran covid-19. Dengan cara media elektronik sendiri dapat mengurangi

pendekatan atau sentuhan kontak langsung antar sesama individu. E-commerce juga dinilai sebagai pendorong kenaikan perekonomian di Indonesia. Dikutip dari laman website Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia bahwa nilai ekonomi digital Indonesia tercatat sebesar US\$70 miliar dan ini merupakan yang tertinggi di ASEAN. Jumlah tersebut diperkirakan akan mampu tumbuh hampir 5 kali lipat pada 2030 dengan nilai mencapai US\$ 330 miliar.

Bahwa perkembangan jaman terus semakin maju. Di kutip dari laman website KOMINFO (Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia) data penggunaan e commerce di Indonesia sudah mencapai 78% dari penduduk, laman website ini pada tahun 2019. Selanjutnya mengutip dari CNN Indonesia berdasarkan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) telah mencatat 88,1% penduduk Indonesia menggunakan e commerce, laman website ini pada tahun 2021. Dalam hal ini berdasarkan data yang disampaikan bahwa ketergantungan atau kebutuhan masyarakat dalam menggunakan e commerce sendiri sudah menyentuh angka yang tinggi.

Problematika dari jual beli barang online ini masihlah terus sering terjadi. Misalnya permasalahan yang sering terjadi adalah barang tidak sesuai dengan foto, tidak dikirimkannya barang, pemalsuan barang mengatakan bahwa barang tersebut ori dan lain sebagainya yang masih merugikan dari pihak konsumen sendiri. Perlindungan konsumen merupakan hal yang sangat serius dan harus diperhatikan.

Konsumen merupakan pihak yang paling lemah dalam belanja online karena konsumen adalah pihak pertama yang memenuhi kewajiban pembayaran dan kesempatan ini dimanfaatkan oleh para pengusaha untuk mendapatkan keuntungan. Masalah perlindungan konsumen merupakan masalah umum di masyarakat yang sulit diatasi sementara masih banyak konsumen yang dirugikan. Masalah perlindungan konsumen sulit dipecahkan karena disebabkan oleh banyak faktor. Ada dua faktor yang menyebabkan masalah perlindungan konsumen, yaitu:

A. Faktor Internal

1. Konsumen merasa pesimis mendapatkan ganti rugi, karena transaksi dilakukan tanpa berinteraksi secara langsung dengan pelaku usaha/penjual.
2. Konsumen merasa kerugian tidak terlalu besar sehingga merasa tidak perlu mencari ganti rugi.
3. Kurangnya pengetahuan masyarakat akan perlindungan konsumen yang disebabkan karena kurangnya sosialisasi dan pembinaan.

B. Faktor Eksternal

1. Konsumen merasa penyelesaian sengketa melalui jalur hukum dirasa terlalu ribet, memakan waktu, serta biaya yang tidak sedikit
2. Lemahnya penegakan hukum di Indonesia, hal itu terlihat dari banyaknya kasus yang tidak ditindak lanjuti.

Didalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata diatur mengenai kewajiban penjual yaitu menyerahkan barang, hal itu diatur dalam Pasal 1474 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Hak pembeli juga diatur dalam KUH Perdata, ketentuan tersebut terdapat dalam pasal 1481 dan 1483 KUH Perdata, dimana barang yang diterima pembeli harus dalam keadaan utuh. Seluruh kondisi yang disebutkan di sini adalah bahwa produk tersebut sesuai dengan kondisi asli pada saat pembelian.

Bentuk dari perlindungan konsumen diatur didalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Bentuk perlindungan secara umum diatur dalam Pasal 4 mengenai hak-hak konsumen dan Pasal 7 mengenai kewajiban pelaku usaha.

Dalam transaksi perjanjian jual beli barang online menggunakan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Didalam UU ITE pada pasal 9 disebutkan secara jelas mengenai memuat informasi yang lengkap dan benar tentang kontrak pembuatan dan produk yang ditawarkan yang berkaitan dengan produsen, syarat kontrak, dan produk. Didalam pasal 28 ayat 1 sendiri diatur mengenai ketika menyebarkan berita bohong dan menyesatkan sedangkan pada pasal 45 A ayat 1 mengatur tindak denda pidana dengan di penjara maksimal 6 tahun dan denda materil maksimal Rp. 1.000.000.000,- (satu milyar rupiah).

Didalam Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik juga mengatur mengenai transaksi jual beli online. Pada Pasal 47 ayat (2) dijelaskan mengenai Kontrak Elektronik dianggap sah apabila:

- a. Adanya kesepakatan para pihak
- b. Dilakukan oleh subjek hukum yang cakap atau yang berwenang mewakili sesuai dengan ketentuan peraturan perundang – undangan
- c. Terdapat hal tertentu
- d. Objek transaksi tidak boleh bertentangan dengan peraturan perundang – undangan, kesusilaan, dan ketertiban umum.

Menurut Pasal 48 transaksi elektronik dapat dilakukan atas dasar kontrak elektronik atau bentuk kontrak lainnya sebagai bentuk kontrak antara para pihak. Kontrak elektronik dan kontrak lainnya bagi penduduk Indonesia yang harus dibuat dalam bahasa Indonesia. Kontrak elektronik yang diakhiri dengan klausul baku harus sesuai dengan peraturan. Klausula standar mematuhi hukum dan peraturan. Pasal 48 ayat 3 menjelaskan bahwa e-contract paling sedikit menjelaskan:

- a. Data identitas para pihak
- b. Objek dan spesifikasi
- c. Persyaratan Transaksi Elektronik
- d. Harga dan biaya
- e. Prosedur dalam hal terdapat pembatalan oleh para pihak
- f. Ketentuan yang memberikan hak kepada pihak yang dirugikan untuk dapat mengembalikan barang dan/atau meminta penggantian produk jika terdapat cacat tersembunyi
- g. Pilihan hukum penyelesaian Transaksi Elektronik.

Penyelesaian permasalahan sengketa untuk memberikan perlindungan kepada konsumen dapat melalui jalur litigasi maupun non litigasi. Litigasi berarti jalur melalui penyelesaian sengketa secara pengadilan dan mengikuti ketentuan umum peradilan di Indonesia. Litigasi ini tidak hanya litigasi perdata namun dapat juga ke jalur litigasi pidana. Litigasi pidana, menurut ketentuan KUHAP, proses hukum dimulai dengan pengaduan, penyelidikan, penyidikan, dan pemeriksaan di hadapan peradilan sedangkan, Sengketa perdata diatur oleh Peraturan Herzien Inlandsch (HIR). Berdasarkan Herzien Inlandsch Reglement (HIR) melibatkan penulisan surat gugatan, penandatanganan surat gugatan, biaya berperkara, dan persidangan. Untuk non litigasi sendiri penyelesaian sengketa melalui mediasi, negosiasi, dan arbitase. Bisa juga penyelesaian secara Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen atau biasa disebut BPSK. BPSK merupakan badan yang menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dengan konsumen. BPSK ini untuk menyelesaikan kasus yang berskala kecil.

Dalam bertransaksi terutama jual beli secara online konsumen bisa lebih hati-hati lagi dalam melakukan pembelian, baik melalui media sosial maupun ecommerce. Pelaku usaha juga diperlukan sosialisasi untuk mengetahui hak dari konsumen. Belanja online lebih dianggap mudah dan praktis karena tidak memakan waktu yang lama dan memakan biaya yang lebih murah. Maka sesuai dengan data di awal masyarakat Indonesia semakin tahun semakin banyak penggunaan pendaftaran diri ke e-commerce.

Belanja online lebih dianggap mudah dan praktis karena tidak memakan waktu yang lama dan memakan biaya yang lebih murah. Maka sesuai dengan data di awal masyarakat Indonesia semakin tahun semakin banyak penggunaan pendaftaran diri ke e-commerce. Dalam bertransaksi terutama jual beli secara online konsumen bisa lebih hati-hati lagi dalam melakukan pembelian, baik melalui media sosial maupun e-commerce. Ketika konsumen lebih teliti dan kritis maka pelaku usaha akan lebih hati-hati dalam mengeluarkan produknya. Hal ini dikarenakan pelaku usaha yang seperti ini akan merugi sendiri karena tidak adanya pemasukan atau konsumen yang membelinya.

Hal yang harus dilakukan oleh pelaku usaha sebagai berikut:

1. Pelaku usaha juga diperlukan sosialisasi untuk mengetahui hak dari konsumen.

Dalam hal ini pelaku usaha diberikan pembelajaran untuk mengetahui hak dari konsumen dengan tujuan tidak adanya penyelewengan atau permasalahan pada nantinya. Pelaku usaha sendiri juga harus mengetahui hak serta kewajiban sebagai pelaku usaha.

2. Pelaku usaha harus ada itikad baik dalam melakukan usahanya.

Itikad baik ini sangat penting dalam perjanjian jual beli. Hal ini untuk menghindari perlakuan yang tidak patut dan bertindak sewenang-wenang dari pelaku usaha. Pelaku usaha harus jujur dalam melakukan usahanya.

3. Memberikan deskripsi barang yang dijual dengan jujur dan jelas

Hal ini berkaitan dengan itikad baik dari pelaku usaha. Pelaku usaha harus memberikan informasi yang benar barang yang dijual seperti mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan. kejujuran sendiri membawa dampak yang baik untuk pelaku usaha. Konsumen akan merasa percaya lebih dengan barang yang dijual oleh pelaku usaha hal ini bisa saja pelaku usaha akan lebih di kenal karena rekomendasi dari salah satu konsumen.

4. Melayani konsumen dengan benar dan baik

Memberikan pelayanan yang baik akan memberikan kepuasan untuk konsumen dalam melakukan transaksi jual beli. Hal ini bisa seperti melakukan pelayanan dengan sopan atau menerima kritik dan saran dari konsumen. Jika adanya kerugian bagi konsumen, konsumen sendiri dapat mengadu kepada:

- a. Langsung pada pelaku usaha.
- b. Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) setempat.
- c. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) terdekat.
- d. Dinas yang menangani perlindungan konsumen di Kabupaten/Kota.
- e. Pos layanan informasi dan pengaduan konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan di atas maka dapat diuraikan kesimpulan sebagai berikut: **Pertama**, pentingnya perlindungan hukum bagi konsumen disebabkan oleh posisi tawar konsumen yang lemah. Perlindungan hukum terhadap konsumen mensyaratkan adanya pemihakan kepada konsumen yang memiliki posisi tawar yang lemah. Perlindungan hukum bagi konsumen adalah suatu masalah yang besar, dengan persaingan global yang terus berkembang. Perlindungan hukum sangat dibutuhkan dalam persaingan dan banyaknya produk serta layanan yang menempatkan konsumen dalam posisi tawar yang lemah. Bentuk perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli online di Indonesia sudah diatur di dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Pasal 5, Pasal 18, Pasal 28 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik. **Kedua**, Dalam transaksi jual beli online ini masih terjadinya prolematika yang terjadi. Masyarakat semakin banyak yang menggunakan media online untuk melakukan transaksi jual beli. Semakin banyak penggunaannya maka problem yang dihadapi juga makin banyak. Permasalahn dalam transaksi jual beli online ini bisa terjadi akibat tidak adanya kesesuaian barang dengan foto, atau adanya penipuan barang mengatas namanya ori yang sebenarnya hanyalah sebagai barang tiruan. Maka dalam hal ini dibutuhkannya perlindungan bagi konsumen karena konsumen yang paling rentan untuk mendapatkan permasalahan. Perlindungan konsumen sendiri di atur terutama mengenai transaksi online didalam Pasal 1474 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik, dan Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Dalam Penyelesaian sengketa dapat dilakukan secara litigasi dan non litigasi.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan di atas maka dapat diuraikan saran sebagai berikut: **Pertama**, Kepada konsumen yang hendak melakukan proses transaksi jual beli secara online hendaknya lebih memperhatikan unsur kehati-hatian dalam proses transaksi, karena konsumen mempunyai posisi tawar yang lemah, sehingga dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya dengan tidak merealisasikan kewajiban-kewajibannya sebagai pelaku usaha, Kemudian, konsumen juga harus lebih mengetahui bahwa di Indonesia ini sudah ada undang-

undang yang mengatur mengenai perlindungan konsumen. **Kedua**, Perlindungan konsumen atas transaksi jual beli online harus lebih tegas lagi dan jelas dalam penerapan hukumnya. Melakukan sosialisasi terhadap pelaku usaha dan konsumen dan hak dan kewajiban masing-masing, terutama kepada pelaku usaha untuk lebih memperhatikan lagi hak konsumen. Konsumen juga lebih teliti lagi terhadap barang yang ingin dibeli agar tidak menimbulkan kerugian terhadap konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Peter Mahmud Marzuki, Penelitian Hukum, Kencana, Jakarta, 2010.

Rahmat Syafe'i, Fiqh Muamalah, CV Pustaka Setia, Bandung, 2001

Soerjono Soekanto, Pengantar Penelitian Hukum, Universitas Indonesia, Jakarta, 2014.

Abdul Atsar dan Rani Apriani, Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen, Penerbit Deepublish, Yogyakarta, 2019.

Peraturan Perundang-Undangan:

Kitab Undang-undang Hukum Perdata

Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Undang-undang No. 19 Tahun 2016 Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik yang disingkat UU ITE.

Artikel Jurnal :

Aco, Ambo, and Hutami Endang. "Analisis Bisnis E-Commerce pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar." *Jurnal INSYPRO (Information System and Processing)* 2.1 (2017).

Anto, Eko Wicho. Perlindungan Hukum bagi Konsumen Akibat Informasi Yang Tidak Benar dari Pelaku Usaha. *Diss. Untag Surabaya*, 2014.

Ardiyanto, Ardhan, and Arikha Saputra. "ANALISIS UNDANG-UNDANG NO. 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE MELALUI SHOPEE." *Jurnal Meta-Yuridis* 5.2 (2022): 93-104.

Azis, Nur. "Analisa dan Pancangan Aplikasi Jasa Transaksi Keuangan Pada PT. Tri Perkasa Garmindo." *ikraith-informatika* 7.2 (2023): 66-71.

Bahreysi, Budi. "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Jual Beli Secara Online." *De Lega Lata: Jurnal Ilmu Hukum* 3.2 (2018): 131-142.

Hardika, Rifan Adi Nugraha Jamaluddin Mukhtar, and Fajar Ardianto. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Online." *Serambi Hukum* 8.02 (2015): 23092.

Lestari, Ayu, and Nuri Aslami. "Perilaku Konsumen Asuransi terhadap Keputusan Pembelian." *Mimbar Kampus: Jurnal Pendidikan dan Agama Islam* 21.1 (2022): 34-42.

Napitupulu, Rodame Monitorir. "Pandangan Islam terhadap jual beli online." *At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam* 1.2 (2015): 122-140.

Permana, Andhika Yusuf, and Munawar Kholil. "Tinjauan Yuridis Perlindungan Konsumen Dalam Perjanjian Jual Beli Online di Indonesia." *Jurnal Privat Law* 7.1 (2019): 60-67.

- Putra, Setia. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Melalui E-Commerce." *Jurnal Ilmu Hukum* 5.2 (2014): 197-208.
- Pratiwi, Nurul Tika, and Aprina Chintya. "Studi Komperatif Hak Dan Kewajiban Konsumen Menurut Uu No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Hukum Islam." *Fikri: Jurnal Kajian Agama, Sosial Dan Budaya* 2.1 (2017): 141-172.
- Rongiyati, Sulasi. "Perlindungan konsumen dalam transaksi dagang melalui sistem elektronik." *Negara Hukum* 10.1 (2019).
- Sakti, Muthia, Dwi Aryanti Ramadhani, and Yuliana Yuli Wahyuningsih. "Perlindungan Konsumen terhadap Beredarnya Makanan yang Tidak Bersertifikat Halal." *Jurnal Yuridis* 2.1 (2017): 62-77.
- Samsul, Inosentius. "Perlindungan konsumen jasa keuangan pasca pembentukan otoritas jasa keuangan (OJK)." *Negara Hukum: Membangun Hukum Untuk Keadilan Dan Kesejahteraan* 4.2 (2016): 153-166.
- Telaumbanua, Eliagus. "Kajian Pemberdayaan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah Di Taman Jajanan Pasar Kota Gunungsitoli." *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)* 4.2 (2021): 1045-1058.
- Tuela, Marcelo Leonardo. "Upaya Hukum Perlindungan Konsumen Terhadap Barang Yang Diperdagangkan." *Lex Privatum* 2.3 (2014).
- Utami, Niza, Purnama Ramadani Silalahi, and Khairina Tambunan. "Pengaruh Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian pada e-Commerce Tokopedia (Studi Kasus Remaja Kota Medan)." *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen* 2.1 (2022): 41-46.
- Nainggolan, Ibrahim. "Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha E-Commerce Ditinjau Dari Hukum Positif Indonesia." *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*. Vol. 2. No. 1. 2021.
- Napitupulu, Rodame Monitorir. "Pandangan Islam terhadap jual beli online." *At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam* 1.2 (2015): 122-140.
- Mujiatun, Siti. "Jual Beli Dalam Perspektif Islam: Salam Dan Istisna'." *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis* 13.2 (2014).
- Wirapraja, Alexander, and Handy Aribowo. "Pemanfaatan E-Commerce Sebagai Solusi Inovasi Dalam Menjaga Sustainability Bisnis." *Teknika* 7.1 (2018): 66-72.
- Wulandari, Yudha Sri. "Perlindungan Hukum bagi Konsumen terhadap Transaksi Jual Beli E-Commerce." *AJUDIKASI: Jurnal Ilmu Hukum* 2.2 (2018): 199-210.
- Zurohman, Achmad, and Eka Rahayu. "Jual Beli Online Dalam Perspektif Islam." *Iqtishodiyah: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 5.1 (2019).

Website :

DJPKTN "EDUKASI KONSUMEN." Ditjenpktn.kemendag.go.id, ditjenpktn.kemendag.go.id/edukasi-konsumen/edukasi-konsumen.

<https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6023038/pengertian-transaksi-fungsi-jenis-contoh-serta-bukti-keuangannya> diakses pada tanggal 2 januari 2023, pukul 10.12.

<https://pintu.co.id/blog/pengertian-transaksi> diakses pada tanggal 2 januari 2023, pukul 10.20.

<https://paralegal.id/pengertian/barang/> DIAKSES PADA TGL 01 JAN 2023, PUKUL 16:15.

<http://pusdiklat.kemendag.go.id/v2019/article/e-commerce> diakses pada tanggal 2 januari 2023, pukul 11.11.

Indonesia, C. N. N. "88,1 Persen Pengguna Internet Belanja Dengan E-Commerce." *Ekonomi*, www.cnnindonesia.com/ekonomi/2021111123945-78-719672/881-persen-pengguna-internet-belanja-denganecommerce#:~:text=Dari%20jumlah%20itu%2C%20terdapat%20129.

Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia "Akselerasi Ekonomi Digital Pada E-Commerce Dan Online Travel Menjadi Salah Satu Strategi Efektif Mendorong Kinerja Perekonomian Nasional." [Www.ekon.go.id](http://www.ekon.go.id), www.ekon.go.id/publikasi/detail/3978/akselerasi-ekonomi-digital-pada-e-commerce-dan-online-travel-menjadi-salah-satu-strategi-efektif-mendorong-kinerja-perekonomian-nasional#:~:text=%E2%80%9CTransaksi%20e%2Dcommerce%20memberi%20kontribusi.

KOMINFO, PDSI. "Kemkominfo: Pertumbuhan E-Commerce Indonesia Capai 78 Persen." *Website Resmi Kementerian Komunikasi Dan Informatika RI*, www.kominfo.go.id/content/detail/16770/kemkominfo-pertumbuhan-e-commerce-indonesiacapai-78-persen/0/sorotan_media.

KOMINFO, PDSI. "Kemkominfo: Pertumbuhan E-Commerce Indonesia Capai 78 Persen." *Website Resmi Kementerian Komunikasi Dan Informatika RI*, www.kominfo.go.id/content/detail/16770/kemkominfo-pertumbuhan-e-commerce-indonesiacapai-78-persen/0/sorotan_media.